

COLEÇÃO
GESTÃO
EMPRESARIAL
FAE
GAZETA DO POVO

ECONOMIA EMPRESARIAL

GAZETA DO POVO



FAE
BUSINESS
SCHOOL

Esta obra é uma realização da Associação Franciscana de Ensino Senhor Bom Jesus - AFESBJ / FAE Business School e da Editora Gazeta do Povo



FAE
BUSINESS
SCHOOL

Presidente da AFESBJ
Frei Guido Moacir Scheidt

Diretor Administrativo-Financeiro
Paulo Arns da Cunha

Diretor Geral da FAE
Frei Gilberto Gonçalves Garcia

Diretor Acadêmico da FAE
Judas Tadeu Grassi Mendes

GAZETA DO POVO

Diretor

Francisco Cunha Pereira Filho

Redação e Oficinas

Praça Carlos Gomes, 4 - Centro
CEP 80010-140

R. Pedro Ivo, 459 - Centro

CEP 80010-20 - Curitiba-PR

Tel.: PABX (0xx41) 321-5000

Atendimento ao assinante: 0800-414444

Atendimento ao leitor: (0xx41) 321-5401

Projeto Editorial

Organizador

Judas Tadeu Grassi Mendes

Coordenação Editorial

Christian Luiz da Silva

Revisão

Ênio Paulo Giachini

Editoração

Eliel Fortes Barbosa - Coordenação

Maria Laura Zocolotti - composição

Faculdades Bom Jesus

Economia empresarial / Fae Business School. Curitiba:
Associação Franciscana de Ensino Senhor Bom Jesus, 2002.
64p. (Coleção gestão empresarial, 1)

1. Economia empresarial. 2. Política econômica.
3. Indicadores econômicos. 4. Brasil – Condições econômicas.
5. Comércio internacional. I. Título.

CDD – 330
330.981
382

*A*presentação

Coleção gestão empresarial: uma contribuição ao mundo dos negócios

A **FAE Business School**, com a colaboração espontânea de 48 professores, produziu, em parceria com a **Editora Gazeta do Povo**, a Coleção Gestão Empresarial. Composta por cinco volumes, ela será distribuída aos leitores do jornal **Gazeta do Povo**. Cada volume aborda um tema fundamental dentro da gestão dos negócios. São eles: Economia, Gestão (em seus fundamentos mais amplos), Marketing, Finanças e Capital Humano.

Este primeiro volume - **Economia Empresarial**, que contou com a colaboração do professor Igor Zanoni Constant Carneiro Leão, mostra o quanto o conhecimento econômico do ambiente dos negócios é essencial para o sucesso da empresa. Nele, o leitor encontrará os fundamentos de análise de mercado, levando-se em consideração o ambiente de crescente competição no mercado brasileiro, em especial nos últimos anos; a intervenção do governo nos mercados por meio das políticas econômicas; os principais indicadores econômicos da economia brasileira e noções de negócios internacionais.

O segundo volume aborda os fundamentos de **Gestão Empresarial**, evidenciando que a gestão de negócios sustentáveis deve incorporar compromissos socioambientais. Os capítulos deste livro incluem os indicadores de desempenho como modelos gerenciais, as estratégias das empresa, o planejamento estratégico e os vários aspectos da logística, da qualidade e do meio ambiente.

Gerar valor, atrair e manter clientes satisfeitos. Este é o foco do **Marketing**, tema do terceiro volume. Os capítulos deste livro incluem fundamentos de marketing, conceitos básicos, segmentação e posicionamento, composto e plano de marketing, marketing de serviços, comunicação integrada de marketing, estratégia de preços e web marketing.

O quarto livro trata de **Finanças Empresariais**, com a principal finalidade de maximizar rentabilidade e liquidez com menores riscos. Os capítulos deste volume enfocam: matemática financeira, contabilidade, administração financeira, custos, controladoria e aspectos de planejamento tributário.

No quinto e último volume, que trata da **Gestão do Capital Humano**, o foco está no desafio das organizações em lidar com pessoas. Os capítulos tratam de vários temas inter-relacionados: comportamento organizacional, ferramentas de gestão de pessoas, liderança, relações pessoais e ética empresarial.

Na sociedade complexa em que vivemos somos cada vez mais dependentes das organizações em todas as etapas de nossas vidas. Esta coleção que ora apresentamos representa o esforço da **FAE Business School** e da Editora **Gazeta do Povo** para que o leitor compreenda melhor as organizações, que procuram combinar os recursos escassos de maneira eficaz para cumprir seu objetivo de satisfazer as necessidades econômicas e sociais. Esperamos que a coleção propicie a todos uma agradável e profícua leitura.

Judas Tadeu Grassi Mendes

Diretor Acadêmico da FAE

Mensagem

É com muita satisfação que a **Gazeta do Povo** oferece aos seus leitores a **Coleção Gestão Empresarial**. No especial momento em que o Brasil procura sua afirmação no mundo globalizado, enfrentando os desafios da maior produtividade para a competição, é necessária a profissionalização, que se dá por meio do conhecimento e aprimoramento das técnicas de administração empresarial.

Para que esta coleção fosse composta por obras de grande valor, com leitura acessível e prática, a **Gazeta do Povo** foi buscar os professores da **FAE Business School**, uma das mais tradicionais faculdades de Administração, Contábeis e Economia empresarial do Estado e reconhecida entre as melhores do país.

O resultado é esta coleção, na qual se encontram conceitos de grande validade para a implementação e prática diária em todas as escalas empresariais.

Tudo foi feito para que as pessoas possam ser melhores a cada dia e, pelas boas práticas de gestão, promovam a qualidade e o desenvolvimento de suas empresas e negócios.

Boa leitura.

GAZETA DO POVO

Respeito por você.

Nota sobre os autores

Ambiente Econômico

Christian Luiz da Silva é economista, mestre em Engenharia de Produção, doutorando em Gestão de Negócios pela UFSC e professor da FAE Business School.

Eugenio L. Stefanelo é economista, mestre em Economia Rural pela UFRGS, doutorando em Gestão de Negócios e professor da FAE Business School.

Políticas Econômicas

Carlos Ilton Cleto é economista, mestre em Desenvolvimento Econômico pela UFPR, doutorando em Gestão de Negócios pela UFSC e professor da FAE Business School.

Lucas Lautert Dezordi é economista, mestrando em Desenvolvimento Econômico pela UFPR e professor da FAE Business School.

Indicadores Econômicos

Gilmar Mendes Lourenço é economista, mestre em Gestão de Negócios pela UFSC e professor da FAE Business School.

Mário Romero Pelegrini de Souza é engenheiro, mestre em Desenvolvimento Econômico pela UFPR, doutorando em Gestão de Negócios e professor da FAE Business School.

Economia Brasileira

Maria Anita dos Anjos, mestre em História Econômica pela UFPR, doutoranda em Engenharia da Produção pela UFSC e professora da FAE Business School.

Moisés Farah Jr. é economista, mestre em Inovação Tecnológica pelo CEFET, doutorando em Gestão de Negócios e professor da FAE Business School.

Negócios Internacionais

Artur Nappo Dalla Libera é economista, mestre em Engenharia de Produção, doutorando em Gestão de Negócios pela UFSC e professor da FAE Business School.

Eliana Beatriz Donoso Velasco é economista, mestre em Inovação Tecnológica pelo CEFET, doutoranda em Gestão de Negócios pela UFSC e professora da FAE Business School.

Sumário

Ambiente Econômico

Christian Luiz da Silva e Eugênio L. Stefanelo 1

Políticas Econômicas

Carlos Ilton Cleto e Lucas Lautert Dezordi 15

Indicadores Econômicos

Gilmar Mendes Lourenço e Mário Romero P. de Souza 27

Economia Brasileira

Maria Anita dos Anjos e Moises Farah Jr. 43

Negócios Internacionais

Artur Nappo Dalla Libera e Eliana Beatriz Donoso Velasco 57

*Christian Luiz da Silva
Eugênio Stefanelo*

Introdução

O objetivo deste primeiro capítulo é apresentar conceitos básicos sobre mercado (oferta e demanda) e a formação de preços em mercados competitivos, pouco competitivos e não competitivos.

Esta apresentação básica se justifica pela própria importância da economia para o cotidiano das pessoas. Muitas se utilizam de conceitos econômicos mas não os conhecem. Se esses conceitos fossem conhecidos e bem interpretados, poderiam ajudar na sobrevivência das empresas e, em última instância, dos cidadãos.

Um estudo realizado pelo IBQP (Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade) analisou a taxa de atividade empreendedora, que mensura a capacidade de criar novas empresas, em 29 países e colocou o Brasil em quinto lugar. Esta posição significa que o grau de empreendedorismo, ou a capacidade de empreender, no Brasil, no segundo trimestre de 2001, foi de um empreendedor em cada sete habitantes, enquanto que a média nos demais países pesquisados ficou um pouco acima de um em cada seis habitantes. Outro fato relevante da pesquisa foi verificar que 40% dos brasileiros ouvidos se diziam empreendedores por necessidade. Isto coloca a massa do empreendedorismo vinculada à sobrevivência e à crença de que o negócio quase sempre dará certo; fato que eliminaria o problema que aflige a tantos brasileiros: a falta de emprego. Porém transformar-se de (des)empregado a empreendedor exige mais do que crenças e esperanças.

Um levantamento do BNDES realizado em 1997, ainda válido para interpretar a realidade brasileira, mostrou que havia 1.968.276 estabelecimentos no Brasil, sendo que 1.820.023 eram microempresas. Nesse número estava

incluso o saldo de natalidade (565.671 firmas) e de mortalidade (441.783 firmas) das firmas para aquele ano, sendo que as microempresas representavam em torno de 97% dos nascimentos e mortes. Os dados evidenciam que há vontade de empreender, porém não se sabe como, criando a busca por uma solução fundamentada na esperança de “dar a tacada certa”.

A economia, no entanto, não é um jogo irracional onde esperanças e crenças por si só garantem a vitória, ou melhor, a sobrevivência. Se for realizada uma rápida pesquisa, constatar-se-á facilmente que cada um conhece iniciativas erradas ou já teve experiências desastrosas sobre um novo negócio, bem como iniciativas e casos de sucesso. A questão é o que fazer, quando, apesar da cruel realidade, precisa-se e deseja-se sobreviver e crescer? Não há uma regra, como uma receita de bolo. No entanto, os princípios econômicos podem ajudar bastante nessa tarefa. Pode-se utilizar tais princípios para tratar de duas questões fundamentais que estão vinculadas ao sucesso dos negócios: conhecimento e empreendedorismo. Ser empreendedor é executar uma idéia, e para isso precisa-se, também, do que se denomina popularmente de “tino comercial”. Mas esta idéia precisa estar fundamentada em conhecimentos e é justamente nesse tópico que este artigo se concentra.

Assim, para alcançar o objetivo proposto por este capítulo e elucidar conceitos importantes para sobrevivência e crescimento das firmas, serão discutidas aqui questões sobre a demanda, a oferta e os mecanismos de formação de preço. Na segunda seção discutem-se a demanda, seu conceito e fatores determinantes. Na terceira seção define-se oferta e seus fatores determinantes. A quarta seção analisa a formação de preços em diferentes tipos de mercado. Por fim, apresentam-se algumas considerações finais.

1 Demanda: definição e fatores determinantes

As pessoas procuram bens e serviços para satisfazerem suas necessidades. A **demanda** de mercado de um bem ou serviço nos informa a **quantidade** que os consumidores participantes daquele mercado desejam comprar a cada **preço** unitário que tenham de pagar, num determinado período de tempo, dado um determinado cenário. Além do preço que amplia ou reduz a própria demanda, este cenário é representado por diversas outras variáveis como o número dos consumidores, suas rendas e grau de distribuição, seus gostos e preferências, o marketing, a sazonalidade conforme as épocas do ano e datas específicas, os preços dos demais produtos substitutos ou complementares, entre outras. Assim, o preço do produto estabelece a quantidade demandada e as demais variáveis determinam o nível da demanda em si, aumentando-a ou diminuindo-a.

Para a quase totalidade dos produtos, a quantidade demandada aumenta à medida que os preços diminuem e vice-versa. Esta relação inversa entre preço e quantidade demandada se explica pelas seguintes razões:

- com a queda dos preços, o poder de compra ou a renda real aumenta, mesmo com a renda mensal das pessoas permanecendo inalterada (efeito renda);
- há uma tendência dos consumidores substituírem os bens mais caros, cujos preços aumentaram, por outros mais baratos e que satisfazem as mesmas necessidades (efeito substituição);
- a preços menores, novos consumidores passam a ter condições de adquirir o produto e novos usos podem ser encontrados para o produto (efeito novos compradores e novos usos);
- à medida que as pessoas vão adquirindo maiores quantidades de uma mercadoria, os acréscimos de satisfação tendem a ser cada vez menores, induzindo ao pagamento de preços também menores (efeito utilidade marginal decrescente).

1.1 Elasticidades da Demanda

Entre as variáveis que afetam a quantidade demandada (Q) de um produto destacam-se o preço do produto (P), a renda dos consumidores (R) e os preços dos demais bens substitutos (P_s) e complementares (P_c).

Para medir qual a variação na quantidade demandada decorrente da variação em qualquer uma destas variáveis, usa-se o conceito de elasticidade. Embora pareça um palavrão é importante que consumidores, empresas e governo, ao adotarem uma política em relação ao mercado, tenham antes uma noção da elasticidade, para não colherem resultados desastrosos e inversos aos inicialmente planejados.

A primeira é a elasticidade preço da procura (EPP), que mede a variação percentual da quantidade demandada decorrente da variação percentual no preço do produto. Por exemplo, se com o aumento de 20% no preço de mercado, de R\$ 10,00 para R\$ 12,00 à unidade, a quantidade demandada reduziu 10%, de 500 para 450 unidades, a EPP é -0,5, ou seja 10%/20%, e o sinal menos (-) indica que a quantidade demandada varia no sentido inverso do preço.

Nesse caso, o produto apresenta demanda **inelástica a preço**, ou a quantidade demandada é menos sensível ao preço, porque a quantidade demandada varia numa proporção menor do que o preço. Enquadram-se nessa categoria os bens essenciais, os produtos diferenciados e com pouca disponibilidade de substitutos, os bens com poucos usos alternativos, os bens muito baratos, com o preço representando muito pouco da renda do consumidor (sal, caixa de fósforos) e a demanda a curto prazo, quando as pessoas têm pouco tempo para conhecerem e se ajustarem às alternativas existentes.

Os produtos podem apresentar demanda **elástica a preço** quando a quantidade demandada varia numa proporção maior do que o preço. É o caso da maioria dos produtos industrializados com boa disponibilidade de substitutos, dos bens supérfluos, dos produtos com muitos usos alternativos, dos bens com alto preço e que absorvem uma grande parcela da renda do consumidor, como automóveis e televisores, e da demanda no longo prazo.

É importante ressaltar que existe uma relação direta entre a receita das empresas (preço x quantidade vendida), a despesa dos consumidores (preço x quantidade comprada) e a elasticidade preço da procura. Se o produto tem demanda elástica a preço (se a quantidade demandada for sensível ao preço), uma pequena redução do preço gera um grande aumento da quantidade demandada e, como consequência, da receita da empresa e do gasto do consumidor. Se a demanda for inelástica (se a quantidade demandada for menos sensível ao preço), um significativo aumento do preço gera uma pequena redução da quantidade demandada, elevando também a receita da empresa e o gasto do consumidor.

A **elasticidade renda da procura** (ERP) relaciona a variação na quantidade demandada decorrente da variação na renda das pessoas. Se um aumento na renda (por exemplo 5%) provocar um aumento maior na quantidade demandada (exemplo 10%), o bem é superior e a $ERP = 2$, ou seja, o aumento de 1% na renda gera um aumento de 2% na quantidade demandada. Se for menor (exemplo $ERP = 0,5\%$), é normal, e se a quantidade demandada reduzir, o bem é chamado de inferior. Neste último caso, quem mais compra o bem são as classes de menor renda.

A elasticidade cruzada da procura evidencia o quanto a quantidade demandada de um bem varia se ocorrer uma variação no preço de outro produto relacionado, substituto ou complementar. Se o aumento do preço de um produto (por exemplo o café) determinar o aumento da demanda do outro (por exemplo o chá), estes bens são substitutos, e se a demanda do outro reduzir (por exemplo o açúcar para adoçar o café), são complementares.

A aplicação destas duas últimas elasticidades é efetuada no próximo item.

1.2 Fatores deslocadores da demanda

Além do preço que afeta a quantidade demandada, muitos outros fatores ampliam ou reduzem a demanda, como anteriormente alguns já foram citados. Agora, estes fatores são discutidos mais detalhadamente.

A **demografia** estuda a população, onde ela vive e como vive. Os 173 milhões de brasileiros apresentam uma taxa de crescimento de 1,3% ao ano e

igual expansão média da demanda. A urbanização vem crescendo continuamente, atingindo 81,5% do total da população, ampliando também a demanda por bens e serviços. O aumento do nível de educação amplia as necessidades e conseqüentemente a demanda por maior variedade de bens e serviços, de melhor qualidade, e produtos com maior valor agregado. Da mesma forma, as pessoas de meia idade consomem mais, em média, do que as crianças e idosos, com exceções como leite e remédios.

Conhecer o consumidor, estar atento a todos os fatores que determinam a demanda de um produto ou serviço e ter rápida capacidade de adequação e resposta evidenciam a dificuldade em se atender à soberania do consumidor e encantá-lo

Com relação à **renda e sua distribuição**, no Brasil elas são baixas (R\$ 6.860,00 ao ano) e mal distribuídas, fatores que reduzem o potencial da demanda. De forma geral, os alimentos *in natura* são bens normais e tem ERP entre 0,1 a 0,3 (1% de aumento na renda provoca um acréscimo de 0,3% no consumo). Já, os alimentos processados, carnes e derivados de leite mais nobres, frutas e verduras selecionadas, roupas, automóveis, eletrodomésticos, entre outros bens, são considerados como bens superiores.

A **abertura da economia brasileira** às importações e a globalização da produção, do comércio e das finanças, ocorridas a partir dos anos de 1990, aumentaram o grau de competitividade interno e a disponibilidade de bens e serviços substitutos, diminuindo o poder de mercado das empresas sobre os preços, ou tornando a demanda mais elástica a preços. Muitas empresas que não se ajustaram a essa situação, diminuindo seus preços, experimentaram uma redução da demanda interna.

O **marketing** de sucesso provoca dois efeitos sobre a demanda. Primeiro, traz maior número de consumidores para o produto e amplia suas quantidades demandadas, deslocando a demanda para a direita, ou seja, aos mesmos preços, os consumidores passam a consumir mais. Segundo, torna o consumidor mais fiel àquela marca, tornando a demanda mais inelástica ou menos elástica e conferindo à empresa maior poder sobre os preços.

A **exportação** amplia a demanda internacional sobre os produtos das empresas e pode se constituir em alternativa a uma redução da demanda interna, provocada por mudanças na política econômica ou nas variáveis aqui descritas.

A **sazonalidade** implica maior demanda em determinadas épocas do ano e menor em outras, obrigando as empresas a adotarem processos adequados de logística de estocagem e distribuição dos produtos.

Outros fatores influenciam a demanda, como mudanças nos gostos e preferências, a disponibilidade da mercadoria, sua qualidade e variedade, os prazos de entrega, a expectativa de variação dos preços no futuro, a moda, a região geográfica do consumidor e o clima, o sexo, a idade, a ocupação, a religião, a origem étnica e a política macroeconômica. Estar atento a todas essas situações e ter rápida capacidade de adequação e resposta evidenciam a dificuldade em se atender à soberania do consumidor e encantá-lo.

2 Oferta: definição e fatores determinantes

A **oferta** está relacionada ao custo de produção e este à tecnologia de produção e aos preços dos fatores empregados na produção. A mais longo prazo, relaciona-se às economias e deseconomias de escala. Evidencia, portanto, o comportamento dos produtores em suas decisões do que, quanto e como produzir.

A **tecnologia** é uma relação entre o produto obtido e os fatores produtivos empregados. Já, uma evolução tecnológica significa um aumento de produtividade e, conseqüentemente, uma redução do custo unitário de produção (o custo médio).

Os preços de compra dos fatores guardam uma relação direta com o custo de produção, mostrando a significativa importância de uma adequada logística de suprimento desses fatores.

O **custo de produção** é soma do custo dos fatores fixos (custo fixo – que não varia com a produção) e dos fatores variáveis (custo variável – que aumenta com o aumento da produção). Também pode ser considerado a soma do custo das matérias-primas e mão-de-obra direta (custos diretos) e dos custos indiretos de fabricação, que exigem um critério de rateio para serem atribuídos ao produto. O custo por unidade produzida do bem (custo médio) obtém-se pela divisão do custo total pela quantidade produzida do bem; e o quanto custa a produção de mais uma unidade do produto denomina-se custo marginal.

Quando as empresas, ao ampliarem o seu tamanho ou a sua escala de produção, conseguem um aumento da produção maior do que o do custo de produção (exemplo o custo aumenta 30% com o aumento de 50% na escala de produção), elas apresentam economias de escala. Nesse caso, devem buscar a ampliação da escala de produção, porque o custo médio se reduz, tornando-as mais competitivas. As deseconomias de escala significam o oposto.

A **oferta de mercado** mostra o quanto de produto todas as empresas, participantes daquele mercado, estão dispostas a produzir e vender a cada nível de preço, num certo período de tempo, dentro de um determinado cenário estável. Esse cenário é composto por outras variáveis que aumentam ou reduzem a oferta (essas serão abordadas mais adiante). Existe uma relação direta entre preço e quantidade ofertada, porque o aumento do preço estimula outras empresas a entrarem no mercado, e as existentes tendem a ampliar a produção em função da maior perspectiva de lucro.

2.1 Elasticidade da oferta

A elasticidade preço-oferta corresponde à variação percentual da quantidade ofertada decorrente de uma variação percentual do preço de venda do bem (sensibilidade da quantidade ofertada ao preço de venda do produto).

A **oferta é elástica a preço** se um pequeno aumento do preço provocar um significativo aumento na quantidade ofertada, evidenciando que o aumento da produção se faz com pequeno acréscimo de custo. No caso oposto, a oferta é inelástica a preço.

Com a abertura do mercado brasileiro às importações, a globalização e a evolução da tecnologia gerando incrementos da produtividade, a oferta dos bens e serviços tende a se tornar mais elástica a preço, beneficiando os consumidores.

Quando a produção é sazonal (ocorre em épocas definidas), como os produtos agropecuários, ou quando a empresa está operando a plena capacidade, a oferta pode não aumentar, no curto prazo, com a elevação do preço de mercado do produto. Essa situação caracteriza uma oferta perfeitamente inelástica a preço.

2.2 Fatores deslocadores da oferta

Além do preço, que determina a quantidade ofertada, outros fatores ampliam ou reduzem a própria oferta, como os preços dos insumos (custo de produção), a tecnologia, o número de produtores participantes do mercado, as expectativas futuras do mercado, os preços de outros produtos que podem ser produzidos com os mesmos recursos, a política econômica e o clima.

Para determinar a oferta de um produto ou serviço, deve-se considerar os custos de produção, a tecnologia, o número de produtores participantes no mercado, as expectativas futuras do mercado, a política econômica e o clima

A queda dos preços dos insumos reduz o custo de produção e provoca uma expansão da oferta do produto, aos mesmos preços vigentes no mercado.

A **evolução tecnológica** gera um aumento da produtividade (maior produção com os mesmos recursos), reduzindo o custo por unidade produzida do bem (custo médio) e melhorando a competitividade do produto no mercado. Nessa situação a oferta do produto fica mais elástica a preço, indicando que

para aumentar a produção ocorrem pequenos incrementos de custo e, conseqüentemente, sem a necessidade de grandes aumentos nos preços de mercado do produto.

Também contribuem para o aumento da oferta a ampliação do número de produtores, as expectativas futuras favoráveis em termos de preço ou de expansão do mercado, a redução dos preços dos produtos competidores pelos mesmos recursos, a política econômica favorável à produção – como taxa de juros baixa, crédito amplo, aumento da taxa de câmbio, redução da carga tributária sobre a cadeia produtiva, concessão de subsídios governamentais, proteção do mercado interno contra a concorrência predatória desleal, e o clima favorável – no caso do agronegócio.

3 Análise de mercado: a interação de oferta e demanda

O mercado é formado pela interação entre compradores e vendedores ou pelas forças de oferta e demanda, que determinam preços e trocas, normalmente de bens e serviços por dinheiro. Para caracterizar a amplitude de um mercado é necessário especificar a área geográfica onde se localizam os compradores e vendedores, o produto e o período de tempo, como por exemplo o mercado paranaense (brasileiro ou mundial) de trigo em julho de 2002.

Três pressupostos fundamentam a análise do mercado:

- livre funcionamento do mercado, ou a ausência de restrições externas como as intervenções governamentais;
- a maximização do lucro pelos produtores, embora possam perseguir outros objetivos a curto prazo como a participação no mercado (*market share*);
- a racionalidade dos consumidores, ao maximizarem sua satisfação pela alocação de suas rendas nos diversos bens, com preços e qualidades diferentes.

3.1 Formação de preços nos mercados competitivos ou de concorrência pura

Essa estrutura de mercado apresenta as seguintes características:

- produto homogêneo, ou o produto de um produtor é igual ao dos demais (*commodities*);

- grande número de compradores e vendedores, de tal maneira que nenhum deles, sozinho, consegue influenciar o preço de mercado (sem poder de mercado);
- ausência de barreiras à entrada de novas empresas no mercado;
- ausência de restrições à oferta, à demanda e aos preços, ou seja o preço de mercado é o resultado das forças de oferta e demanda.

Os produtores agropecuários na venda de suas mercadorias, as feiras livres e o comércio ambulante são exemplos desta estrutura de mercado.

O preço de mercado de um produto corresponde a um leilão entre as necessidades dos compradores e a disponibilidade de produto pelos vendedores, ou pela interação da demanda e oferta de mercado daquele produto. Preços superiores ao de mercado geram um excesso de oferta (excedente) e preços inferiores ao de mercado provocam um excesso de demanda (escassez).

Cada produtor, isoladamente, deve aumentar a produção se o acréscimo de receita com a venda de uma unidade do produto (que é igual ao preço de venda) for maior do que o acréscimo de custo para produzi-lo, e reduzi-la em caso oposto.

O lucro total corresponde à diferença entre a receita total (preço x quantidade vendida) e o custo total, e o lucro por unidade de produto, à diferença entre o preço de venda do produto e o custo médio. Como o produtor, isoladamente, não consegue influenciar o preço de venda do produto, é um tomador do preço de mercado, suas únicas alternativas para aumentar o lucro são a redução do custo, pela evolução tecnológica ou pelo barateamento da compra dos insumos, e o aumento da quantidade produzida. Quem não reduzir custos tenderá a cair fora do mercado.

Quando a oferta ou a demanda de mercado se alteram, devido a mudanças nas variáveis que as deslocam, anteriormente estudadas, os preços de mercado também variam. Aumento da oferta e redução da demanda provocam movimento de baixa nos preços de mercado; e redução da oferta e aumento na demanda, o oposto. Se a oferta aumenta mais do que a demanda, o preço de mercado baixa e cada produtor tende a produzir menos. Se a demanda aumenta mais do que a oferta, o preço de mercado sobe e cada produtor tende a produzir mais.

Foi comentado que a globalização e a abertura do mercado tornam a demanda e a oferta mais elásticas a preço. Quando isto ocorre, deslocamentos na oferta e demanda provocam menores variações nos preços (os preços são mais estáveis) do que se a oferta e demanda forem inelásticas a preço. É o que ocorreu na economia brasileira, no caso dos alimentos, após o Plano Real.

3.2 Formação dos preços nos mercados pouco competitivos (oligopólios) ou não competitivos (monopólios)

Essas estruturas de mercado têm como características, no oligopólio, a presença de poucas empresas interdependentes (a ação de uma no mercado provoca reação das demais) e, no monopólio, a presença de apenas uma empresa ofertando o bem ou serviço. Em ambas, existem significativas barreiras à entrada de novos competidores, e uma empresa isoladamente tem condições de modificar o preço de mercado do que vende (poder de mercado).

O preço de mercado depende, basicamente, de três condições: da posição e forma da demanda, do custo de produção e da interação entre as empresas que atuam no mercado.

- a) **Posição da demanda:** se a demanda aumenta (se desloca para a direita), a empresa tem condições de aumentar o preço de venda do produto. Se a demanda fica menor, ou a empresa mantém o preço ou o reduz.
- b) **Forma da demanda:** quanto mais elástica a preço (menos inclinada) for a demanda com que a empresa se defronta, menor será o seu poder sobre o preço de mercado; e, quanto menos elástica (mais inelástica), maior será o poder de mercado da empresa.
- c) **Custo de produção:** quando ocorre aumento no custo de produção, as empresas tendem a repassá-lo para os preços de venda dos produtos. O poder de repasse depende do grau de liderança da empresa no mercado, da concorrência com as demais e da posição e forma da demanda com que a mesma se defronta.
Se a empresa consegue uma redução no custo de produção, ou mantém o preço de venda e amplia sua margem de lucro ou reduz o preço para buscar um aumento de sua participação no mercado (*market share*).
- d) **Interação com as demais empresas:** as empresas tendem a evitar a competição aberta, via preços, ou as guerras de preços, porque sabem como começam mas não sabem como terminam, além de reduzirem a lucratividade. Ao contrário, buscam praticar uma política de estabilidade de preços e até podem chegar a acordos informais ou formais sobre preços e produção, que reduzem a competição e ampliam a lucratividade. Se uma empresa eleva seu preço e as demais não a acompanham na alta, ela perde uma parcela de sua demanda. Se baixar seu preço para ganhar consumidores, as demais são obrigadas a acompanhá-la na baixa para não perderem mercado e todas podem perder lucratividade. Assim, as empresas tendem a praticar uma política estável de preços, implicitamente aceita por todas, e competir em outros aspectos do marketing, pela diferenciação de produtos e serviços e pela diversificação.

No entanto, as empresas podem efetuar acordos informais ou formais entre si. Esses últimos são ilegais à luz da lei anti-truste, devendo ser combatidos pelo governo.

Exemplos de acordos informais são a liderança de preços exercida por empresa com maior volume de produção (Souza Cruz, Nestlé) ou com menor estrutura de custo e a sinalização da política de preços a ser adotada via imprensa.

São exemplos de acordos formais a divisão do mercado em áreas definidas e cada empresa exercendo sua ação em uma área; e os acordos formais de preços ou de produção, prática denominada *truste* – quando envolve empresas nacionais ou cartel – quando abrange empresas de diferentes países.

3.2.1 Relação preço, custo e lucro

O exposto acima evidencia uma relação estreita entre estas três variáveis (preço, custo e lucro). Numa economia fechada e com baixa competitividade como a brasileira, até meados dos anos de 1990, o produtor formador de preços acrescentava ao custo de produção (normalmente alto, devido ao custo Brasil e ao baixo nível tecnológico) uma margem de lucro e chegava ao preço de mercado: **custo médio + margem de lucro = preço de mercado do produto**.

Com a abertura da economia e o aumento da competição, os produtores estão ficando menos formadores do preço e mais tomadores do preço de mercado. Assim, a partir do preço que os consumidores estão dispostos a pagar, o produtor desconta seu custo e a sobra é o lucro: **lucro = preço de mercado – custo médio**.

Num ambiente onde o planejamento estratégico é vital, dados o preço de mercado que os consumidores estão dispostos a pagar e a margem de lucro pretendida pelo empresário, este deve buscar atingir um custo-meta (ou custo-médio) de produção que viabilize estes objetivos, tornando a equação: custo-meta = preço de mercado – lucro.

Conhecer a sua empresa, o mercado e definir uma estratégia são questões fundamentais para todas as empresas. São questões tratadas há mais de dois séculos pelo pensamento econômico, porém pouco utilizadas na prática, o que resulta na alta taxa de mortalidade das firmas

Uma prática que as empresas adotam, para captar um parcela do poder aquisitivo diferente dos consumidores e aumentar suas receitas, é a discriminação de preços, que consiste na pratica de preços diferentes na venda de uma mesma mercadoria. São exemplos a cobrança de preços diferentes

conforme a classe de renda do consumidor; a redução do preço quando o consumidor adquire maior quantidade da mercadoria; a cobrança de preços diferentes para consumidores com demandas diferentes, como a energia elétrica nas residências e indústrias, tarifas aéreas regulares e especiais, preços em períodos de temporada e fora da temporada, preços de pico quando a demanda atinge picos, como as tarifas de telefone, além da venda de um grupo de produtos em pacote.

Considerações finais

Neste capítulo foram traçadas algumas idéias para que o empreendedor seja aquele que realmente executa, porém a partir de um plano ou de algo para executar. Hoje muitos decidem fazer um empreendimento baseados em crenças e esperanças, que podem ajudar mas não resolvem o problema do crescimento e sobrevivência de uma empresa em um ambiente tão competitivo como o atual, marcado pela alta taxa de mortalidade das firmas. Conhecer a sua empresa (custos, preços e valor do produto), o mercado (oferta e demanda) e definir uma estratégia (saber aonde quer chegar e como pretende fazê-lo) são questões fundamentais para micro, pequenas e grandes firmas. São questões tratadas há mais de dois séculos pelo pensamento econômico, porém pouco utilizadas na prática. Quando os empreendedores brasileiros utilizarem mais as suas capacitações e explorarem os conhecimentos possíveis de se adquirir, o Brasil desfrutará de ganhos potencializados pelo espírito empreendedor, tendendo a reduzir a mortalidade das micro e pequenas empresas.

Bibliografia recomendada

MENDES, Judas Tadeu Grassi. **Economia empresarial**. Curitiba: Ed. do Autor, 2002.

WESSELS, Walter. **Microeconomia**: teoria e aplicações. São Paulo: Saraiva, 2002.

PINDICK, Robert S.; RUBINFELD, Daniel L. **Microeconomia**. 5.ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

Resumo

O objetivo do presente capítulo foi mostrar a importância para as empresas de conhecerem seus mercados e para isso foram apresentados conceitos sobre mercado (demanda e oferta) e formação de preços. As empresas precisam conhecer melhor seus mercados para poder elaborar estratégias que as mantenham vivas e que possibilite o seu crescimento. Para isso, a empresa deve analisar a demanda (consumidores) do seu produto e os fatores que a determinam. Muitos fatores afetam a formação da demanda. No entanto, se a empresa estiver atenta para eles e capacidade de adaptação às alterações dos mesmos, terá maiores condições de crescer. Além disso, a empresa deve analisar a oferta (ela e seus concorrentes). Deve analisar os custos, a tecnologia utilizada, avaliar quem são os concorrentes, as expectativas para o mercado, o comportamento dos mercados de bens complementares e substitutos e a influência da política econômica no mercado, além de outros fatores que sejam pertinentes àquele mercado. A análise da demanda e da oferta permitem que a empresa e o empreendedor compreendam melhor o seu mercado e se utilizem do pensamento econômico para definir racionalmente suas estratégias.

Economia Brasileira

*Maria Anita dos Anjos
Moisés Farah Jr.*

Na década de 1990 a dinâmica da economia brasileira sofreu alterações decorrentes não somente de uma política de estabilização, que garantiu a redução do processo inflacionário, mas também de mudanças no âmbito das empresas que se alinharam a um novo padrão tecnológico e organizacional predominante nos países capitalistas avançados.

A industrialização brasileira apresentou, historicamente, diferenciais que distanciaram o seu parque industrial das demais economias latino-americanas, todas integrantes da denominada periferia do mundo desenvolvido capitalista. O avanço do desenvolvimento capitalista brasileiro, contudo, ocorreu paralelamente com a emergência de pressões inflacionárias, agravamento das contas externas e deterioração das finanças públicas que se manifestaram, de forma contundente, nos anos de 1980.

No prenúncio dos anos de 1990, a nova proposta de desenvolvimento econômico, alicerçado na abertura econômica, entre outros aspectos, e a política de estabilização, a partir de julho de 1994, propiciaram o realinhamento da economia brasileira a um novo contexto do desenvolvimento capitalista mundial em que palavras como globalização e neoliberalismo tornaram-se representativas do somatório de transformações e representações hegemônicas no período.

A abertura econômica é entendida aqui como a redução dos impostos incidentes sobre os bens importados, bem como a eliminação dos obstáculos, existentes nos regulamentos, leis, controles, normas, que impediam a livre movimentação das mercadorias e capitais estrangeiros. Esse processo ocorreu no Brasil ao longo da década de 1990 e representou o alinhamento do país à onda de expansão do comércio e de capitais liderados pelas empresas dos países desenvolvidos. O movimento de expansão, chamado de globalização, foi possível com as transformações tecnológicas.

A compreensão dessa nova realidade e o impacto no desenvolvimento capitalista brasileiro, bem como a forma pela qual o país enfrentou seus problemas, tornam-se fundamentais para traçar as perspectivas da economia brasileira, além apontarem os desafios (novos e velhos) para se atingir uma realidade social menos excludente.

1 A reestruturação da economia mundial nos anos de 1980

O desenvolvimento capitalista mundial entra em processo de desaceleração na década de 1970, depois de enfrentar uma expansão econômica sem precedentes, cuja origem encontra-se no pós-Segunda Guerra Mundial. O crescimento foi liderado pela economia norte-americana que, ao definir uma nova forma de integração com a economia mundial, garantiu a dinamização das demais economias capitalistas com a expansão de sua estrutura industrial e dos respectivos padrões de consumo baseado em bens duráveis.

As empresas européias e japonesas nos anos de 1950, reagindo à expansão das empresas norte-americanas, iniciaram um esforço de atualização tecnológica, possibilitando, em um segundo momento, um novo avanço dos investimentos em direção aos países periféricos em resposta à ação dos EUA, cuja hegemonia passa a ser contestada pelas tendências policêntricas que se afirma mundialmente. O policêntrismo decorreu da ascensão, em suas respectivas regiões, da Alemanha Ocidental e Japão, dinamizando as respectivas economias regionais bem como seus parceiros comerciais.

Os países periféricos ou pobres são as economias nacionais que apresentam a condição de subdesenvolvimento, formando um subsistema composto, entre outros, pelos países da América Latina, da África e Ásia Ocidental.

Algumas economias periféricas sofreram profundas transformações nessa fase de expansão da economia mundial. O avanço das fronteiras do capitalismo, ao anexar as economias periféricas, produziu desequilíbrios industriais nos países com base produtiva em estágios distintos quando comparadas com países desenvolvidos. A eliminação (ou atenuação) dos desequilíbrios exigiu o fortalecimento dos estados nacionais que assumiram o papel de centralizadores de recursos e coordenadores do processo de industrialização, além de investidores em determinados segmentos econômicos e em infra-estrutura.

O resultado não foi homogêneo, ocorrendo distintos avanços entre os países da periferia, pois, enquanto alguns países industrializaram-se, outros

permaneceram nas etapas iniciais do processo. Contudo, o mais importante a ser destacado é que ocorreu um processo de integração, desigual e marginal sem dúvida, das economias periféricas ao desenvolvimento capitalista mundial e, conseqüentemente, serão atingidas nos momentos de crise e reorganização da produção capitalista lideradas pelos países centrais.

O esgotamento do ciclo mundial de crescimento, manifestado a partir da década de 1970, deve-se à perda da capacidade de difusão tecnológica nos setores que lideraram a expansão nos países capitalistas desenvolvidos, bem como de sua forma de internacionalização baseado nas empresas multinacionais que imprimiram transformações à economia mundial.

Nas economias industrializadas, a queda da demanda somada ao elevado desemprego resultou em aumento da capacidade ociosa e do custo fixo e, por conseqüência, de níveis maiores de estoque e do índice de preços. A ação da política econômica não conseguiu evitar o colapso do modelo, e a crise econômica, que se manifesta também no âmbito social e político em inúmeros países, passa a exigir uma nova atuação do Estado e dos demais atores sociais de cada economia.

A imposição ao final do ciclo, pelo padrão tecnológico vigente, da sobreutilização do uso dos recursos energéticos e matérias-primas aliadas a uma demanda crescente, resultou em elevação dos preços relativos e uma onda de especulação no comércio internacional. A exaustão da internacionalização das grandes empresas teve no choque do petróleo o estopim de uma crise estrutural cujos resultados imediatos foram uma queda dos investimentos, aceleração inflacionária e crise energética.

A crise afeta o desenvolvimento econômico liderado pelos países capitalistas avançados bem como uma estrutura organizacional e uma base técnica que foram incapazes de adequar-se para assegurar a manutenção de uma tendência de crescimento até então apresentada pelos indicadores de desempenho econômico. A base técnica do modelo de desenvolvimento capitalista, até então, esteve alicerçada nas inovações ocorridas nas áreas de eletricidade, química, fundição do aço e também nos métodos de organização do trabalho baseado no método de administração científico denominado taylorismo, em homenagem a seu criador, Frederic W. Taylor.

O padrão tecnológico e a produção em massa fundaram as bases para a obtenção de ganhos de produtividade, ou seja, do aumento da produção física por trabalhador, e de redução dos custos unitários de produção pelas empresas industriais, determinando patamares de indicadores de desempenho que irão balizar a competência das empresas no mercado.

A crise manifesta-se quando da impossibilidade (técnica e organizacional) de manutenção (ou ampliação) dos indicadores de

desempenho, tais como custos, produtividade do capital e trabalho, obtidos no passado. Neste momento, a competência do desenvolvimento capitalista no sentido de apropriação de lucros crescentes dos investimentos realizados é questionada, forçando a adoção de um novo padrão tecnológico que permita recriar as condições de valorização do capital.

Os empresários, para diminuir o custo médio de produção, irão cortar os custos de mão-de-obra para disporem de recursos financeiros necessários aos novos investimentos destinadas a repor maquinário, adquirir distintas máquinas e equipamentos e introduzir tecnologias de processos e produtos, capazes de aumentar as condições de competitividade para enfrentar a acirrada concorrência.

A rigidez do sistema de produção das empresas, estruturado para produzir produtos padronizados e obter economias de escala (produção de bens em grandes quantidades para reduzir custos unitários), mostrava-se incapaz de responder à crise manifestada.

As críticas aos conceitos e práticas gerenciais do modelo taylorista, ao longo dos anos de 1980, contrapunham-se à defesa do modelo de gestão “japonês”. As maiores críticas dirigiam-se às empresas norte-americanas enfatizando as estratégias implementadas, o atraso tecnológico e as inadequadas formas de cooperação entre as empresas.

2 A emergência do novo paradigma tecnológico, organizacional e produtivo nos anos de 1990 na economia mundial

Na década de 1980 ocorre uma aceleração das mudanças tecnológicas nos países desenvolvidos, lideradas pelas tecnologias de informação (microeletrônica, computação e telecomunicações), com impacto nas estruturas industriais. Além disso, a integração dos mercados financeiros e de capitais, possível com o fim das restrições à entrada do capital financeiro internacional aos mercados nacionais, desemboca na chamada globalização financeira. A inovações tecnológicas e a globalização financeira são indicativos das transformações verificadas a partir dos anos de 1980 que irão impactar sobre a economia mundial, em particular nos países em desenvolvimento.

O resultado foi a emergência de um ambiente mais competitivo, tornando as inovações um elemento estratégico central na busca da competitividade das empresas. A expansão das redes de cooperação tecnológica, entre as empresas dos países capitalistas, foi uma das respostas para enfrentar o ambiente competitivo na presença de incorporação e desenvolvimento de tecnologias,

estabelecendo mudanças nas formas de inter-relacionamento entre as grandes empresas. Outro movimento correlato foi à ampliação das fusões e aquisições visando a concentração (ou ampliação) dos recursos para desenvolvimento de tecnologias. As fusões, que representam a união de duas ou mais empresas formando uma única empresa, permitem o fortalecimento das empresas para enfrentarem a concorrência, ampliando o montante de recursos para realização de pesquisa e desenvolvimento e também uma melhoria da produtividade com a redução dos custos.

As empresas dos países desenvolvidos lideraram o processo de reestruturação da produção, determinando novos padrões de concorrência no mercado internacional

A entrada de novas empresas nos mercados agora mais dinâmicos, porque formados por empresas detentoras e geradoras de tecnologias pioneiras, tornou-se difícil, dado o conjunto de obstáculos ao ingresso de firmas isoladas de menor porte produtivo, financeiro e tecnológico. O núcleo dinâmico é formado pelas seguintes indústrias: automotiva, aeronáutica, farmacêutico-química, eletrônica de bens de consumo, material elétrico pesado, autopeças, metais não-ferrosos, minerais não-metálicos e bens de capital por encomenda e seriados.

As políticas empresariais tornam-se concentradas nas matrizes dos grandes grupos, pois, graças a telemática, a gestão empresarial pode ser *on line*, ou seja, a empresa matriz pode rapidamente informar e implementar uma mudança de gestão nas empresas filiais localizadas nos diferentes continentes mundiais. Desta forma, atividades de suprimentos, pesquisa e desenvolvimento, armazenagem, transporte, produção de peças, produção de componentes e subcomponentes, conjuntos, sistemas complexos podem ser implementados em vários países, mas sob controle centralizado.

A cooperação para a retomada do crescimento e a estabilização econômica verificada entre os países centrais nos anos de 1980 criaram condições para um novo ciclo de investimento capaz de alavancar essas economias. Os investimentos provocaram um forte impacto nessas economias, quando as modernas tecnologias são adotadas por inúmeras empresas industriais nos ramos considerados dinâmicos citados anteriormente.

No mundo industrializado as condições para a emergência desse processo se fazem presente quando há um amplo e crescente uso das novas tecnologias, cuja oferta é capaz de atender à demanda acelerada. A utilização da tecnologia causa redução dos custos em várias etapas do processo de produção e aumenta a produtividade do trabalho humano.

Os novos processos de produção, ao contrário dos processos anteriores, tornam-se independentes da produção de grandes lotes para serem viáveis. Isto será possível porque certos tipos de produtos, como bens de capitais não seriados, passaram a ser produzidos a um custo mais baixo, face ao uso de máquinas de comando numérico, que viabiliza a produção em pequenas quantidades.

A exigência do processo tecnológico produtivo mais avançado requer uma mão-de-obra mais qualificada. O critério “mão-de-obra barata e abundante” não se traduz em melhores resultados no mundo produtivo contemporâneo. Com a introdução da programação flexível, é preciso uma mão-de-obra capaz de operar e reprogramar os ajustes nos processos fabris, bem como que compreenda o processo produtivo em sua totalidade.

Atualmente amplia-se a necessidade de investir nos denominados intangíveis (software aplicado, capacitação da mão-de-obra, coordenação de processos, desenho e conexões das diferentes áreas da empresa) que possa traduzir-se em vantagens competitivas para as empresas. Desta forma, o velho modelo de trabalho fragmentado, repetitivo, não criativo, cede lugar a um processo de organização do trabalho e da produção, em que o conhecimento, a organização e a criatividade tornam-se fundamentais.

As empresas dos países desenvolvidos têm montado redes internas computadorizadas para centralizar vendas, produção, marketing, produção, além de estabelecer um distinto padrão de relacionamento com fornecedores, clientes e prestadores de serviços. Em parcerias com as universidades e centros de pesquisa e tecnologia são desenvolvidas inúmeras pesquisas para melhoramento e criação de produtos e processos.

As grandes empresas multinacionais, nos últimos anos, implementaram uma série de alianças tecnológicas, inclusive entre suas concorrentes. Essas alianças foram consubstanciadas através de acordos de cooperação produtiva, de desenvolvimento conjunto de produtos e processos com propósitos específicos, fortalecendo as suas competências.

Para os países centrais, a reestruturação produtiva e tecnológica não ocorreu apenas com a atuação do mercado e nem com políticas públicas passivas. O exemplo da Alemanha que em 1982, com o novo governo, registra uma atuação coordenadora e indutora do Estado e o empenho governamental foi específico e direcionado para que o país reconquistasse sua capacidade produtiva.

A ação governamental na Alemanha possibilitou uma inserção soberana no contexto internacional encabeçando o projeto europeu de modernização das empresas dos países pertencentes à Comunidade Européia. O resultado desta política de competitividade foi um círculo virtuoso de crescimento alemão, que foi capaz de suportar a concorrência japonesa e americana no cenário mundial.

3 Os impactos da abertura comercial e da estabilização da economia brasileira nos anos 90

A economia brasileira, enquanto economia periférica ao desenvolvimento capitalista mundial, até a década de 1980 conseguiu avançar no seu processo de industrialização apresentando um parque industrial com empresas produtoras de bens de capital e de insumos modernos, além das produtoras de bens de consumo durável e não durável.

A instabilidade macroeconômica marca o período seguinte que se estende até meados de 1994. A crise da dívida externa, impedindo o acesso a novas linhas de crédito, a deterioração das finanças públicas e a conseqüente inflação orientaram a implementação de políticas de ajuste impedindo que as empresas realizassem um efetivo alinhamento às mudanças organizacionais e tecnológicas dominantes no cenário econômico mundial. A prioridade das empresas será a adoção de estratégias defensivas, e de curto prazo, para enfrentar um cenário marcado pelo encarecimento e redução do crédito, contenção da demanda, congelamentos de preços, reformas monetárias, mudanças de regras contratuais, entre outros que marcam a economia brasileira nos anos de 1980 até o início dos anos de 1990. O contexto impede um esforço de desenvolvimento científico e tecnológico alinhando-se ao que ocorre em termos mundiais.

Além disso, a Política Industrial e de Comércio Exterior (PICE) inaugurada com o Governo Collor a partir de 1990, pressiona para uma adequação das organizações em curto período de tempo. O fulcro da nova política industrial passa a ser questão da competitividade que se torna indicadora do objetivo empresarial a ser perseguido. Apesar da política industrial do Presidente Collor ser alicerçada em uma política de concorrência e uma política de competitividade, a primeira tornou-se mais efetiva com o processo de redução dos impostos incidentes sobre os bens importados, destacando-se pela desmontagem do sistema de proteção e de incentivos construídos nas décadas anteriores.

A abertura do mercado brasileiro e a valorização do real foram condicionantes do êxito do Plano Real, ou seja, para o combate à inflação ao aumentarem a quantidade e reduzirem os preços dos bens importados, respectivamente

O ajuste realizado pelas empresas para fazer frente à política industrial significou reestruturações dos processos produtivos, pois estas são direcionadas para priorizar as atividades internas em que as empresas são competitivas, eliminar as atividades até então realizadas e consideradas subsidiárias (terceirização),

implementar programas visando à melhoria de qualidade etc. A palavra de ordem era a busca de aumento da produtividade, obtida, nesta primeira etapa, com a redução de custos e a maior racionalização da produção.

Ao fato de as indústrias, no período, utilizarem equipamentos e instalações defasados, além da deficiência de suas tecnologias de processo e produto, somou-se às deficiências da infra-estrutura em especial nos segmentos de energia, transportes e telecomunicações, atrasando a adoção do novo padrão tecnológico e organizacional vigente nas economias desenvolvidas. O longo período de ajuste da economia brasileira também resultou em um estado incapaz de articular e fomentar uma base de apoio ao avanço da competitividade industrial, pelo peso, em suas finanças, dos encargos da dívida externa e dívida interna e também das deficiências de seu aparato administrativo.

As medidas implementadas, porém, não atingiram as deficiências do sistema empresarial e nem alteraram a estrutura industrial brasileira. Ainda não há estudos conclusivos sobre o impacto da liberação comercial na participação da indústria na produção total da economia e na estrutura industrial, pois não foram registradas queda efetiva da participação da indústria no produto total e a estrutura industrial não sofreu significativas mudanças, mantendo, em realidade, uma certa estabilidade. O destaque da estrutura industrial foi o crescimento do complexo automotivo, setor favorecido pela política industrial das décadas anteriores, e perda da participação do segmento produtor de bens de capital.

A liberação comercial também foi fundamental para a queda da inflação obtida com o Plano Real em 1994, pois a ampliação da oferta de bens importados impediu movimentos de alta dos preços. Além disso, a valorização do real em relação às moedas estrangeiras, em particular ao dólar, no período de julho de 1994 a janeiro de 1999, ampliou o impacto competitivo da liberação comercial, pois reduziu os preços dos bens importados.

Além da abertura comercial, outros fatores vinculados à situação macroeconômica também afetaram as decisões produtivas e de investimento industrial na década de 1990, entre eles: a manutenção de elevadas taxas de juros internas, as oscilações do nível de atividade econômica e a elevação da carga tributária advindos, em particular, da elevação da tributação cumulativa como o PIS, CPMF e Cofins.

O perfil industrial ao final dos anos de 1990 caracterizou-se pelos seguintes aspectos: as empresas multinacionais aumentaram sua participação nos setores de alimentos, eletrodomésticos e autopeças; preponderância na estrutura industrial, como no passado, das indústrias produtoras de bens de

consumo duráveis e de bens intermediários, pois foram os segmentos que obtiveram os maiores ganhos de competitividade, bem como foram os dominantes em termos de introdução de novas técnicas visando qualidade e produtividade; a estrutura industrial não foi alterada e nem da pauta de exportações de bens industrializados; a desindustrialização, prevista com a abertura comercial, não ocorreu na magnitude preconizada ficando restrita a alguns segmentos como o produtor de bens de capital.

4 Os desafios da inserção competitiva da indústria brasileira no mercado mundial

Após a consolidação da estrutura superior da pirâmide industrial nos anos de 1970, objetivo já presente no Plano de Metas de Juscelino Kubitschek (1955-1960), o Brasil, no início dos anos de 1980, se depara com uma economia mundial transformada, em vários aspectos.

As mudanças tecnológicas, produtivas e organizacionais aliadas aos efeitos da abertura comercial e da relativa estabilização dos preços, resultaram na exposição do tecido econômico nacional frente à concorrência externa. As mudanças no papel do Estado, das instituições tradicionais de fomento e da forma como os organismos empresariais e financeiros atuam não têm gerado o resultado necessário para que o país recupere a sua capacidade de crescer. Com poucas exceções, a indústria brasileira ainda não estabeleceu uma sólida base em capacitação e inovação tecnológica que venha a refletir em alteração significativa na pauta de exportação e importação.

Os resultados positivos na balança de comércio (de 2001 até 2002) são fruto muito mais da compressão das importações, advinda da desaceleração econômica, do que do incremento das exportações. A insuficiente capacitação tecnológica das empresas brasileiras, notadamente as de capital local, ao não desenvolverem em maior quantidade e qualidade novos processos tecnológicos e produtos, aliada à ausência de uma política industrial para a inovação e competitividade, constituem-se em entraves ao desenvolvimento nacional.

O saldo do período inflacionário, agravado por uma substancial redução no volume e na qualidade do investimento público e privado nos últimos vinte anos, não contribuiu para que o país tirasse maior proveito da abertura econômica dos anos de 1990.

Nas economias desenvolvidas registra-se a diminuição da participação da indústria na composição do Produto Interno Bruto. No entanto, nesses mesmos países, é crescente a participação dos setores de alta tecnologia do valor adicionado do setor industrial, inclusive com a entrada de pequenas e médias empresas organizacionalmente avançadas. Nesses países, as políticas de competitividade para indústria são estruturadas para alavancar toda a cadeia de valor e uma das formas de realizar esse processo é o desenvolvimento de agrupamento de empresas conhecido por *clusters* industriais. O papel do governo tem sido ativo ao induzir, coordenar e aglutinar esforços para que a competitividade tenha a maior capilaridade possível, incluindo as pequenas e médias empresas. Exemplo disso são as aglomerações industriais, denominadas de *cluster*, de pequenas e médias empresas na Itália, Alemanha e EUA.

Quais são os desafios a serem enfrentados pela indústria brasileira? São vários, passíveis de serem alcançados a médio e longo prazo, desde que sejam buscados no mais breve tempo possível. Podemos considerar quatro como os mais importantes para o contexto atual.

Inicialmente deve ser destacado que segmentos líderes do crescimento econômico industrial com grande impacto não só na indústria, mas na agricultura e setor de serviços, são: informática, biotecnologia, telecomunicações, eletrônica, mecatrônica, novos materiais, aços especiais e outros. São setores intensivos em conhecimento e informação, recursos tão ou mais importantes que o capital.

**A melhoria da competitividade econômica
e o aumento das exportações devem ser
incentivados como alternativas, entre
outras medidas, para a retomada do
crescimento da economia brasileira**

Em segundo lugar, destacam-se a formação e a capacitação de recursos humanos necessários para transferir, criar, adaptar, desenvolver e aplicar tecnologia, de forma a reduzir a dependência tecnológica e financeira que o país tem frente ao exterior. Cabe aqui destacar o papel relevante a ser desempenhado por um competente Sistema Nacional de Inovações, em que a junção dos recursos e ações pública e privada pode acelerar a capacitação da força de trabalho para atuar na sociedade de conhecimento e da informação. A

produtividade e a inovação também podem ser incrementadas nos setores de atividades consideradas tradicionais, possibilitando, inclusive, a produção interna de muitas importações.

Em terceiro lugar, aparece a formação de cadeias produtivas mais completas, em que a especialização produtiva contribuiria para o aumento da oferta interna de bens e serviços com maior qualidade e menor preço. As redes de empresas e os diversos arranjos produtivos locais estruturados, capazes de aumentar o grau de modernização, notadamente nas pequenas e médias empresas, configuram-se como instrumentos de aumento de competitividade, sendo um dos mecanismos de incremento de produtividade e de remuneração mais adequada à força de trabalho mais bem qualificada.

Por último, a maior participação do mercado externo requer uma postura mais ativa do setor público e da classe empresarial. O denominado custo-Brasil, que são os custos ou despesas de produção que dificultam as exportações encarecendo os produtos quando comparados com os produtos importados, não é somente de responsabilidade do governo, pois 50% desse custo é derivado da burocracia estatal, do emaranhado de leis, decretos, portarias e editais; os outros 50%, porém, advém das empresas privadas. Realizar a reforma tributária, que desonere a produção, também é uma iniciativa importante, pois parte da melhoria do grau de competitividade está dependendo dessa mudança.

Reduzir o desperdício e evitar retrabalhos são atividades que não dependem de ações do setor público. Há que se tomar medidas ativas, não apenas visando, no curto prazo, a reduzir os custos e o grau de endividamento, mas também estruturar e preparar a empresa brasileira para crescer, e buscar novas oportunidades de mercado, pois a lição das estratégias defensivas e de curto prazo, adotadas nos últimos vinte anos, resultaram em desnacionalização, perda de competitividade e encolhimento da empresa nacional. Buscar o crescimento sustentado é o grande desafio, pois um país que pretende ser moderno e respeitado no âmbito internacional não pode prescindir de uma atividade industrial significativa e eficiente.

Considerações finais

A economia brasileira apresentou no pós-Segunda Guerra Mundial até o ano de 1980 uma das maiores taxas de crescimento da economia mundial, sendo acompanhado por transformações estruturais significativas em seu parque

industrial. Os avanços sociais, contudo, não seguiram as mudanças no âmbito econômico. Basta verificarmos as profundas desigualdades sociais que marcam o nosso país.

A crise da década de 1980 aprofundou o desequilíbrio social, pois foi marcada pela aceleração inflacionária, que afeta principalmente os segmentos de menor poder aquisitivo, e pelas elevadas taxas de desemprego.

A estabilização dos preços e modernização do parque produtivo, que se destaca nos anos de 1990, revela que, apesar de atrasadas frente aos movimentos internacionais, estão surgindo novas e distintas possibilidades de recuperação efetiva do crescimento econômico brasileiro, condição precípua para, dentro do contexto político atual, ocorrer a melhoria das condições sociais.

Os problemas econômicos neste início de século ainda são preocupantes como revela a crítica situação da dívida interna e das contas externas que exigem medidas substantivas para que se torne possível priorizar o processo de desenvolvimento. A ênfase de uma nova política de comércio exterior que amplie a participação do país no mercado internacional, com o Estado atuando a favor da ampliação das exportações das grandes e, principalmente, pequenas e médias empresas é hoje considerado fundamental para a criação de condições para o nosso crescimento.

No momento atual da economia mundial, marcada pelas transformações das relações globais e pela formação de blocos regionais, a busca pela ampliação da economia brasileira no comércio internacional deve ser objetivo estratégico na atuação do setor público e privado nos próximos anos.

Bibliografia recomendada

BAUMANN, Renato (Org.). **Brasil**: uma década em transição. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

COUTINHO, Luciano; FERRAZ, João Carlos (Coord.). **Estudo da competitividade da indústria brasileira**. 2.ed. Campinas: Papyrus: Editora da Unicamp, 1994.

Resumo

As transformações verificadas na organização e nas tecnologias das empresas dos países desenvolvidos determinaram novos padrões de competitividade e de concorrência a partir dos anos de 1980, com impacto mundial. A economia brasileira ainda deparando-se com problemas internos, como dívida externa, inflação e desequilíbrio estruturais nas contas públicas, demorou para alinhar-se ao novo padrão de competitividade. A introdução das novas tecnologias pelas empresas brasileiras ocorreu ao longo da década de 1990, porém de forma diferenciada e sem contar com uma efetiva política industrial que orientasse e coordenasse o processo, sendo estimulado, muito mais pela abertura comercial e pela política econômica que segue a implementação do Plano Real. Assim sendo, o impacto sobre a estrutura industrial foi bem menos relevante do que se pretendia e do que se previa. Os desafios da economia brasileira ainda são significativos não somente no âmbito econômico, mas também no social.

Indicadores Econômicos

*Gilmar Mendes Lourenço
Mario Romero*

Fazendo uma analogia com os dedos das mãos, os indicadores econômicos (IEs) representam essencialmente dados e/ou informações “sinalizadoras” ou “apontadoras” do comportamento (individual ou integrado) das diferentes variáveis e fenômenos componentes de um sistema econômico de um país, região ou estado.

Por isso, os IEs são fundamentais tanto para propiciar uma melhor compreensão da situação presente e o delineamento das tendências de curto prazo da economia, quanto para subsidiar o processo de tomada de decisões estratégicas dos agentes públicos (governo) e privados (empresas e consumidores).

O presente capítulo procura demonstrar os agrupamentos mais convencionais dos diferentes IES - formados de acordo com a variável macroeconômica principal que os mesmos tentam explicar – e especificar, para cada um deles, aspectos como conceito, finalidade, metodologia de determinação e instituição produtora. Ao final do capítulo é apresentada sumariamente a metodologia e os resultados do Índice de Desenvolvimento Humano (IDH).

Os IEs podem ser classificados em cinco subconjuntos de variáveis macroeconômicas relevantes:

- a) nível de atividade;
- b) preços;
- c) setor externo;
- d) agregados monetários;
- e) setor público.

1 Indicadores de nível de atividade

Os indicadores do nível de atividade funcionam como um termômetro das condições gerais dos elementos mais sensíveis às flutuações cíclicas do lado real da economia, sintetizados no comportamento do produto interno bruto (PIB), da produção industrial e das estatísticas de emprego e desemprego.

1.1 Produto interno bruto (PIB)

O PIB corresponde ao valor de mercado do fluxo de bens e serviços finais disponibilizados por uma economia em um determinado período de tempo (normalmente um ano), propiciando o acompanhamento de suas modificações estruturais e de seu curso conjuntural.

O PIB é calculado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), com base em metodologia recomendada pela Organização das Nações Unidas (ONU), a partir de minucioso levantamento e sistematização de informações primárias e secundárias apuradas ou apropriadas por aquela instituição.

O PIB pode ser aferido a preços correntes (nominais ou monetários) e constantes (reais). Ambos representam importantes medidas de desempenho. Os valores monetários servem para dar uma idéia da dimensão do sistema, pois resultam da agregação da produção física de todos os bens e serviços pelos respectivos preços, descontadas as transações intermediárias. A estimativa do PIB em dólares é feita pelo Banco Central, por meio da conversão dos valores em reais pela paridade do poder de compra da moeda nacional frente a uma cesta de moedas dos países que mantêm maior intercâmbio comercial com o Brasil.

**O PIB é o indicador-síntese
de uma economia**

Mas, como a moeda pode sofrer corrosão de seu poder aquisitivo ao longo de um ciclo econômico, nos valores reais vem descontada a taxa de inflação média, retratando a variação efetiva da economia em um intervalo de tempo.

O IBGE estima a variação do PIB trimestral, enquanto que o Instituto de Pesquisa Econômica e Aplicada (IPEA) procede à projeção anual da variável trimestral. O quociente entre o PIB nominal e a população equivale ao indicador de renda per capita.

BRASIL - PRODUTO INTERNO BRUTO - 1993-2001

ANO	PRODUTO INTERNO BRUTO		
	Em R\$ bilhões correntes	Em US\$ bilhões correntes	Taxa de crescimento (%)
1993	14,1	429,7	4,9
1994	349,2	543,1	5,9
1995	646,2	705,4	4,2
1996	778,9	775,5	2,7
1997	870,7	807,8	3,3
1998	914,2	787,9	0,1
1999	963,9	531,1	0,8
2000	1.086,7	594,2	4,4
2001	1.184,8	503,9	1,5

FONTE: IBGE/IPEA

1.2 Produção industrial

Este indicador revela a variação mensal da produção física da indústria brasileira, obtida a partir da Pesquisa Industrial Mensal - Produção Física (PIM-PF), realizada pelo IBGE desde o início dos anos de 1970. Serve como indicador preliminar da evolução do PIB industrial. Atualmente, a PIM-PF é aplicada em uma amostra intencional de quase 950 produtos e mais de 6.000 empresas informantes, representativos de 62% do valor bruto da produção do Censo Industrial de 1985.

As pesquisas industriais de 1999 e 2000, também do IBGE, têm servido como instrumento de atualização do painel de produtos. A base de ponderação dos índices é a estrutura do valor adicionado de 1985.

BRASIL - EVOLUÇÃO ANUAL DA PRODUÇÃO INDUSTRIAL - 1993-2002

ANO	PRODUÇÃO INDUSTRIAL (%)
1993	7,5
1994	7,6
1995	1,8
1996	1,7
1997	3,9
1998	-2,0
1999	-0,6
2000	6,6
2001	1,5
2002 ⁽¹⁾	-1,0

FONTE: IBGE

(1) acumulado em doze meses até junho

1.3 Desemprego

O desemprego constitui a maior preocupação da maioria das economias capitalistas desde o final do século XX, devido à modernização tecnológica, à automação, à abertura pouco criteriosa dos mercados e à proliferação de distorções conjunturais. A taxa de desemprego é definida pela relação entre o número de pessoas desempregadas e a população economicamente ativa (PEA).

A estimativa da taxa de desemprego no Brasil envolve uma polêmica metodológica nada desprezível entre as instituições que procuram medir o fenômeno, o que acaba se refletindo nos números finais. As divergências começam com a população considerada em idade ativa (PIA) e terminam com os conceitos de procura e não obtenção de emprego.

O IBGE realiza a Pesquisa Mensal de Emprego (PME) desde outubro de 1984, abrangendo seis regiões metropolitanas (São Paulo, Rio de Janeiro, Recife, Belo Horizonte, Porto Alegre e Salvador). A pesquisa procura levantar e medir apenas o desemprego aberto (incluindo a realização de bicos), para a população considerada em idade ativa (PIA), acima de quinze anos, que procurou emprego durante a semana que precede a visita do pesquisador.

Já a Pesquisa de Emprego e Desemprego (PED) é realizada desde janeiro de 1985, pela Fundação Sistema Estadual de Estatísticas e Análise de Dados (SEADE), de São Paulo, em conjunto com o Departamento Intersindical de Estatísticas e Estudos Socioeconômicos (DIEESE). Os inquéritos são feitos no Distrito Federal e nas Regiões Metropolitanas de São Paulo, Porto Alegre, Belo Horizonte e Salvador. A PED considera o universo populacional em idade ativa superior a dez anos e levanta o desemprego aberto (pessoas que procuraram trabalho nos últimos trinta dias e não trabalharam nos últimos sete dias anteriores à entrevista), acrescido do desemprego oculto.

A consideração do desemprego oculto representa a grande diferença frente a pesquisa do IBGE. Em tal categoria estão incluídas as pessoas que, em paralelo à busca de emprego, exercem algum tipo de trabalho descontínuo e irregular (por exemplo, a entrega do Jornal *Gazeta do Povo* nos semáforos nos sábados à noite). É o que se chama de desemprego oculto por trabalho precário.

O desemprego oculto também aparece quando as pessoas interromperam a busca de emprego, ou por fatores circunstanciais ou desestimuladas pelas adversidades do mercado de trabalho. É o desemprego oculto por desalento.

Ambas as pesquisas cobrem o mercado de trabalho nos grandes centros urbanos, excluindo as cidades de pequena dimensão e as áreas rurais.

Por fim, cumpre frisar que, por recomendação da Organização Internacional do Trabalho (OIT), o IBGE vem realizando esforços de adequação metodológica para incorporar algumas peculiaridades da realidade do mercado de trabalho brasileiro na pesquisa, como por exemplo, o desemprego por desalento e a procura por trabalho nos 30 dias que antecedem a data da entrevista.

BRASIL - TAXAS DE DESEMPREGO - 1993-2002

ANO	PME-IBGE-BRASIL	SEADE/DIEESE/ SÃO PAULO
1993	5,3	14,7
1994	5,1	14,3
1995	4,6	13,2
1996	5,4	14,9
1997	5,7	15,7
1998	7,6	18,2
1999	7,6	19,3
2000	7,1	17,7
2001	6,2	17,5
2002 ⁽¹⁾	7,2	18,9

FONTE: IBGE, SEADE/DIEESE

(1) média do primeiro semestre

2 Inflação

A inflação pode ser entendida com uma elevação generalizada e permanente dos níveis de preços do sistema econômico, resultando em deterioração do poder aquisitivo da moeda e depreciação dos valores dos ativos. A complexidade do cálculo da inflação decorre da necessidade de aferir a variação de preços de produtos distintos fisicamente, e de serviços, que variam a taxas diferenciadas.

Para o cumprimento dessa tarefa, existem diversos índices de preços que procuram medir a inflação em toda a cadeia de produção e de comercialização, ou em partes relevantes da mesma. Daí a existência de índices gerais, no atacado (indústria e agricultura), no varejo (consumidores) e na construção (insumos e materiais de construção).

O cálculo da inflação é efetuado por meio de uma média da variação dos preços pesquisados para os diferentes produtos, ponderada pelas quantidades produzidas, consumidas ou comercializadas dos bens, a partir de parâmetros primários obtidos das pesquisas de orçamentos familiares e até de matrizes de relações inter-setoriais.

A inflação traduz uma elevação generalizada e permanente dos níveis de preços

Os índices de preços mais importantes do país são aqueles produzidos pela Fundação Getúlio Vargas (FGV), pelo IBGE e pela Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas da Universidade de São Paulo (FIPE-USP).

2.1 Índices da FGV

Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna (IGP-DI)

É obtido a partir de uma média do Índice de Preços no Atacado (IPA), Índice de Preços ao Consumidor (IPC) e Índice Nacional de Custo da Construção (INCC), com ponderações 06 (seis), 03 (três) e 01 (um) respectivamente. As coletas de preços abrangem os municípios de Rio de Janeiro e São Paulo para o IPC, 19 capitais para o INCC, e as capitais e algumas regiões produtoras no caso do IPA (apesar do cálculo não ser regionalizado).

O IGP-DI foi durante mais de quarenta anos empregado como principal indicador da inflação brasileira. Contudo, atualmente, sua metodologia vem sendo alvo de algumas críticas relevantes, especialmente por adotar uma estrutura de ponderação antiga, baseada no começo dos anos de 1960, não captando as enormes transformações estruturais verificadas na economia do país ao longo dos últimos quarenta anos. Ademais, a pesquisa de preços no atacado embute uma apreciável distorção por captar os valores de tabela e não os de transação, anulando assim a possibilidade de incorporação de descontos ou de ágios registrados nas operações comerciais.

Os levantamentos de campo são realizados no mês-calendário (01 a 30 ou 31) e a parte de varejo tem como público-alvo a população com rendimento entre 01 e 33 salários mínimos. Sua utilização principal é na atualização dos valores de contratos.

Índice Geral de Preços de Mercado (IGP-M)

Apresenta praticamente as mesmas características e limitações do IGP-DI. A diferença principal corresponde à periodicidade da coleta dos preços, cobrindo o intervalo entre os dias 21 do mês anterior e 20 do mês corrente. Atualmente é utilizado especialmente nos contratos de reajustes de tarifas de telefonia e de energia elétrica. Surgiu em 1989, na época da hiperinflação indexada, dada a necessidade de os agentes econômicos, notadamente aqueles atuantes no mercado financeiro, disporem de um índice de atualização de preços logo no começo do mês.

2.2 Índices do IBGE

Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA)

Este índice reflete as variações dos preços dos bens e serviços consumidos por famílias com renda mensal urbana entre 01 e 40 salários mínimos, independentemente da fonte. Os preços são pesquisados em dez regiões

metropolitanas: Belém, Recife, Fortaleza, Salvador, Belo Horizonte, Rio de Janeiro, São Paulo, Curitiba, Porto Alegre e Goiânia, além do Distrito Federal. O peso dos produtos é fornecido pela Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF), realizada entre 01 de outubro de 1995 e 31 de setembro de 1996.

O índice nacional é determinado a partir da agregação dos índices regionais, ponderados pelo rendimento total urbano, extraído da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD). O IPCA é adotado pelo Banco Central do Brasil para a fixação das metas de inflação do país, acordadas entre o governo brasileiro e o Fundo Monetário Internacional (FMI).

Índice Nacional de Preços ao Consumidor (INPC)

Este índice capta a evolução de uma cesta de produtos consumidos por famílias com rendimento entre 01 e 08 salários mínimos, provenientes exclusivamente do trabalho assalariado urbano. O indicador cobre as mesmas regiões metropolitanas do IPCA e a agregação é efetuada pela população residente urbana, levantada pelo Censo Demográfico.

2.3 Índice da FIPE

Índice de Preços ao Consumidor (IPC)

Calcula a variação de preços de bens e serviços para famílias que ganham entre 01 e 20 salários mínimos no município de São Paulo. É utilizado para reajustar impostos estaduais e municipais no Estado de São Paulo.

BRASIL - EVOLUÇÃO ANUAL DOS PRINCIPAIS ÍNDICES DE INFLAÇÃO EM % -
1993-2002

ANO	IGP-DI	IGP-M	IPCA	INPC	IPC
1993	2.708,2	2.5675	2.477,1	2.489,1	2.491,0
1994	1.093,9	1.246,6	916,4	929,3	941,2
1995	14,8	15,2	22,4	22,0	23,2
1996	9,3	9,2	9,6	9,1	10,0
1997	7,5	7,7	5,2	4,3	4,8
1998	1,7	1,8	1,6	2,5	-1,8
1999	20,0	20,1	8,9	8,4	8,6
2000	9,8	9,9	6,0	5,3	4,4
2001	10,4	10,4	7,7	9,4	7,1
2002 ⁽¹⁾	9,7	10,0	7,5	9,1	5,2

FONTE: FGV, IBGE, FIPE

(1) acumulado em doze meses até julho

3 Setor externo

- **Exportações** - valor das vendas e outras remessas de bens e serviços de propriedade para o exterior, realizadas por agentes econômicos residentes do país, a preços de embarque, excluindo o pagamento de fretes, seguros, impostos e taxas.
- *Importações* - valor das compras e outros ingressos de mercadorias e serviços procedentes do exterior do país.
- **Saldo da balança comercial** - exportação menos importação.
- **Saldo em transações correntes** - consolidação das balança comercial e de serviços e das transferências unilaterais. Os serviços compreendem transportes, seguros, viagens internacionais, assistência técnica, lucros e dividendos e juros da dívida externa. As transferências unilaterais correspondem às doações, remessas de imigrantes etc.
- **Dívida externa** - valor total de débitos do país, contratados com residentes no exterior e garantidos pelo governo, decorrentes de empréstimos e financiamentos, com prazo de vencimento superior a um ano.

BRASIL - INDICADORES DO SETOR EXTERNO - 1993-2002

(Em US\$ bilhões)

ANO	EXPORTAÇÕES	IMPORTAÇÕES	TRANSAÇÕES CORRENTES	DÍVIDA EXTERNA
1993	38,6	25,6	-0,6	145,7
1994	43,5	33,1	-1,7	148,3
1995	46,5	49,7	-18,0	159,2
1996	47,7	53,3	-23,5	179,9
1997	53,0	61,3	-30,8	200,0
1998	51,1	57,6	-33,4	241,6
1999	48,0	49,2	-25,4	241,5
2000	55,1	55,7	-24,7	236,2
2001	58,2	55,6	-23,2	228,6
2002 ⁽¹⁾	21,0	19,0	-7,0	210,0

FONTE: BANCO CENTRAL DO BRASIL

(1) acumulado até maio

4 Financeiros

- **Juros Over/Selic** - taxa de juros média (em %) praticada pelo Banco Central para a rolagem dos títulos da dívida pública por um dia. Apesar de terem sido concebidos para propiciar a gestão da liquidez do sistema econômico, os papéis do governo sempre representaram ativos de primeira linha, indicando o piso da rentabilidade do mercado financeiro, devido à sua pronta liquidez e à plena garantia de recompra.
- **Poupança** - rendimento calculado para a remuneração mensal dos depósitos em caderneta de poupança, a partir da Taxa Referencial de Juros (TR), acrescida de 0,5%. A TR é obtida a partir da combinação da remuneração média mensal, livre de impostos, dos depósitos à prazo fixo captados pelos bancos comerciais e de investimentos e agências operadoras com títulos públicos.

BRASIL - INDICADORES FINANCEIROS - 1993-2002

(Em % anual)

ANO	POUPANÇA	OVERNIGHT/SELIC
1993	2.633,1	3.059,8
1994	1.016,0	1.154,0
1995	39,7	53,2
1996	16,4	27,1
1997	16,6	24,6
1998	14,4	28,6
1999	12,2	25,1
2000	9,0	17,3
2001	8,6	17,2
2002 ⁽¹⁾	5,0	18,3

FONTE: BANCO CENTRAL DO BRASIL

(1) até junho

5 Setor público

- **Dívida líquida** - somatório do endividamento dos governos federal (inclusive Banco Central), estadual e municipal e por suas empresas junto ao sistema financeiro (público e privado), ao setor privado não financeiro e ao resto do mundo, descontados os valores correspondentes aos créditos do governo. Ao contrário do ocorrido em outros países, no Brasil o conceito inclui a base monetária, por contemplar os ativos e passivos financeiros do Banco Central.
- **Necessidades de financiamento** - déficit ou superávit resultante da variação líquida da dívida pública, deduzidos os empréstimos concedidos ao setor privado. O conceito nominal incorpora a totalidade das receitas e despesas, o operacional exclui as correções monetária e cambial da dívida pública e o primário desconta a correção monetária e as receitas e despesas financeiras (juros nominais).

BRASIL - INDICADORES DO SETOR PÚBLICO - 1993-2002

ANO	DÍVIDA LÍQUIDA (R\$ Bilhões)	NECESSIDADES DE FINANCIAMENTO (% DO PIB)			
		Nominal	Operacional	Primário	Juros Reais
1993	17,7	59,0	-0,3	-2,7	2,4
1994	153,2	43,7	-1,3	-5,1	3,9
1995	208,5	7,2	4,9	-0,4	5,2
1996	269,2	5,9	3,7	0,1	3,7
1997	308,4	5,0	4,3	0,9	3,4
1998	385,8	8,0	7,5	0,0	7,5
1999	516,6	9,5	3,9	-3,1	7,2
2000	563,1	4,5	1,1	-3,5	4,7
2001	660,8	5,3	1,5	-3,7	5,2
2002 ⁽¹⁾	750,0	5,0	1,5	-3,5	5,0

FONTE: BANCO CENTRAL

(1) acumulado até junho

6 Índice de desenvolvimento humano (IDH)

O conceito de desenvolvimento econômico amplia o conceito de crescimento econômico, ao incluir na análise dos índices ou indicadores aqueles que contemplam a melhoria das condições de vida da população, que, não necessariamente, crescem com a melhoria das condições econômicas (pobreza, desemprego, desigualdade, saúde, nutrição, educação e moradia).

O índice de desenvolvimento humano (IDH) determina o nível de atendimento das necessidades humanas básicas

Um dos principais índices capazes de determinar com precisão os estágios de desenvolvimento humano e de condições de vida é o IDH. Trata-se de um indicador do nível de atendimento, em uma dada sociedade, das necessidades humanas básicas.

O IDH incorpora três aspectos de relevância para o bem-estar de um indivíduo: vida longa e saudável, acesso ao conhecimento e padrão de vida digno. Na sua composição cada um desses aspectos é representado por uma variável específica e mensurável: expectativa de vida ao nascer (longevidade), nível de instrução (nível educacional) e nível de renda (nível de vida). Ao considerar os dois primeiros aspectos, o IDH inova em relação ao PIB per capita (o que é a forma convencional de se mensurar o crescimento econômico).

A metodologia de cálculo desse índice é a que segue: I) A longevidade é medida pela esperança de vida ao nascer; II) O nível educacional é medido por uma combinação da alfabetização adulta (ponderação de 2/3) com a taxa de escolaridade combinada do primário, secundário e superior (ponderação de 1/3); III) nível de vida é medido pelo PIB real per capita (dólares internacionais de Paridade do Poder de Compra (PPC) entre países).

Para que os indicadores possam ser combinados em um índice único, eles são transformados em índices parciais, cujos valores variam entre 0 e 1. A fórmula geral para a construção desses índices é:

$$\text{Índice} = \frac{\text{valor máximo} - \text{valor mínimo}}{\text{valor observado} - \text{valor mínimo}}$$

Os valores mínimos e máximos fixados para cada um dos indicadores seguintes são:

- Esperança de vida ao nascer: 25 anos e 85 anos;
- Alfabetização adulta (15 anos e mais): 0% e 100%;
- Taxa de escolaridade bruta combinada: 0% e 100%;
- PIB real per capita (medido em dólares internacionais da Paridade do Poder e Compra): 100 e 40.000 dólares.

A construção do índice de renda, que entra no IDH, como um substituto para um nível de vida digno, pressupõe que a realização de um nível aceitável de desenvolvimento humano não requer rendimento ilimitado; pressupõe também que é decrescente a contribuição marginal da renda para o desenvolvimento humano.

Para efeito de análise comparada, o PNUD (Programa das Nações Unidas Para o Desenvolvimento) estabeleceu três principais categorias:

- a) de baixo desenvolvimento - apresentando IDH menor que 0,5;
- b) de médio desenvolvimento - exibindo IDH entre 0,5 e 0,8; e
- c) de elevado desenvolvimento - traduzidos por IDH superior a 0,8.

O Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento, divulgou em 23 de julho de 2002 o *Human Development Report 2002*, onde são apresentados os Índices de Desenvolvimento Humano (IDH) de 173 países, referentes ao ano de 2000.

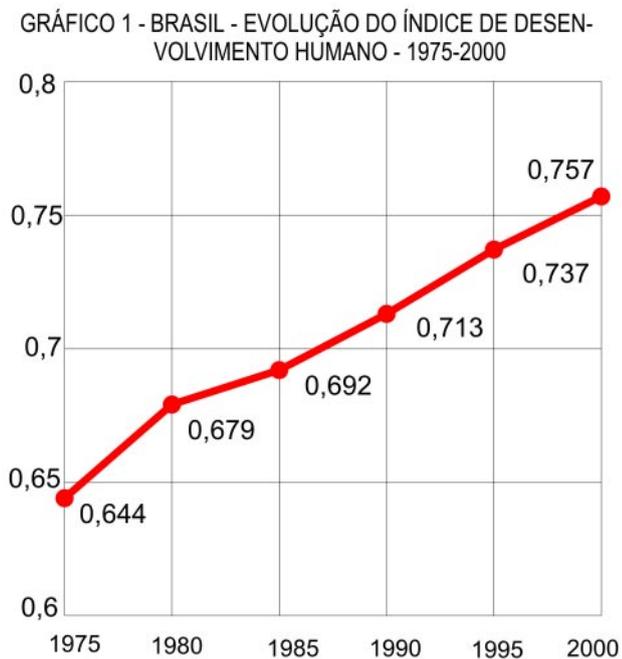
O IDH do Brasil, que em 1999 atingira o valor de 0,750, subiu para 0,757 em 2000. O Brasil se situa entre os países de médio desenvolvimento humano, e ganhou, desde o ano anterior, duas posições no ranking dos 173 países presentes no relatório, passando da 75.^a para 73.^a posição.

RANKING DO ÍNDICE DE DESENVOLVIMENTO HUMANO -
PAÍSES SELECIONADOS - 2000

POSIÇÃO	PAÍS	IDH
1	Noruega	0,942
2	Suécia	0,941
3	Canadá	0,940
4	Bélgica	0,939
5	Austrália	0,939
6	Estados Unidos	0,939
7	Islândia	0,936
8	Países Baixos	0,935
9	Japão	0,933
10	Finlândia	0,930
11	Suíça	0,928
12	França	0,928
13	Reino Unido	0,928
14	Dinamarca	0,926
15	Áustria	0,926
16	Luxemburgo	0,925
17	Alemanha	0,925
18	Irlanda	0,925
19	Nova Zelândia	0,917
20	Itália	0,913
34	Argentina	0,844
38	Chile	0,831
40	Uruguai	0,831
50	Trinidad e Tobago	0,805
54	México	0,796
55	Cuba	0,795
57	Panamá	0,787
68	Colômbia	0,772
69	Venezuela	0,770
73	Brasil	0,757
82	Peru	0,747
90	Paraguai	0,740
93	Equador	0,732
114	Bolívia	0,653

FONTE: ONU - Relatório de Desenvolvimento Humano 2002

O gráfico 1, mostra a evolução do IDH brasileiro de 1975 a 2000, indicando um crescimento firme em todo o período.



Sites recomendados

<[http\\www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br)>

<[http\\www.ipea.gov.br](http://www.ipea.gov.br)>

<[http\\www.fgv.org.br](http://www.fgv.org.br)>

Resumo

O presente capítulo procurou definir, qualificar e quantificar os principais indicadores econômicos do país. Reconhecidamente, tais indicadores são fundamentais tanto para propiciar uma melhor compreensão da situação presente e o delineamento das tendências de curto prazo da economia, quanto para subsidiar o processo decisório. O texto trabalhou com os agrupamentos mais convencionais dos diferentes indicadores, especificando, para cada um deles, aspectos como conceito, finalidade, metodologia de determinação e instituição produtora. No final, foram apresentados, de forma sumária, a metodologia e os resultados do Índice de Desenvolvimento Humano (IDH).

Políticas Econômicas

*Carlos Ilton Cleto
Lucas Dezordi*

Introdução

No capítulo anterior, foram apresentadas as relações da empresa e diversos conceitos para uma melhor compreensão do ambiente econômico, como oferta, demanda, custos, entre outros. Pretende-se neste capítulo abordar a economia em seu sentido mais abrangente. No capítulo anterior foi estudada a economia na sua visão micro, chamada de microeconômica, onde a análise sobre os agentes econômicos (empresas, famílias e governo) ocorre de maneira individualizada e/ou setorializada.

No enfoque macroeconômico, utilizado ao longo deste capítulo, irá ser abordada a economia como um todo, buscando verificar as inter-relações existentes entre os agentes e as variáveis do sistema econômico. Dessa forma pretende-se apresentar algumas situações onde o universo composto por juros, moeda, câmbio, renda e demais variáveis macroeconômicas afetam o cotidiano das pessoas.

1 Caracterização de Macroambiente Econômico

O domínio do conhecimento acerca do macroambiente econômico é de suma importância para empresários, homens de negócio, tomadores de decisão e para todas as pessoas de forma generalizada, a dona de casa, o estudante, o político, o profissional, pois os acontecimentos que ocorrem na esfera macroeconômica afetam a vida de todos.

A macroeconomia propõe-se a responder questões tais como: Qual o motivo de tanto desemprego? Por que o Brasil é deficitário no Balanço de Pagamentos? A inflação poderá voltar? O que fazer para baixar a taxa de juros?

Assim, pode-se dizer que as medidas adotadas no âmbito da política econômica (abordagem macroeconômica) afetam de maneira intensiva a vida do cidadão comum. Uma decisão de elevação do depósito compulsório (estudado no decorrer deste capítulo) pode interferir diretamente na renda, no emprego, nas vendas, e conseqüentemente na vida dos agentes econômicos.

Diferenciando microeconomia de macroeconomia, pode-se dizer que a microeconomia preocupa-se com o particular, com o individual, enquanto que a macroeconomia preocupa-se com o todo, com o geral. Uma analogia bastante comum para esta diferenciação é comparar o estudo econômico ao estudo de uma floresta. Diz-se que, ao estudar uma floresta, está sendo realizado um estudo microeconômico a preocupação estiver voltada para as árvores e animais de cada espécie, de forma isolada. Por outro lado, se o estudo é macroeconômico a preocupação estará voltada para a floresta como um todo, e nas várias inter-relações entre os animais e as plantas da floresta.

Apesar do aparente contraste existente entre a micro e a macroeconomia, elas não são antagônicas e muito menos excludentes, sendo a diferença apenas uma questão de foco de estudo. Inclusive muito do estudo macroeconômico se respalda em conclusões obtidas na esfera microeconômica, e vice-versa. Portanto, além desses enfoques não serem contraditórios, são também complementares, pois as manifestações ocorridas no mundo externo, principalmente as resultantes da ação do governo na economia, terminam por afetar o dia-a-dia do mundo microeconômico.

2 O que são Políticas Econômicas?

Entendem-se como políticas econômica, as ações tomadas pelo governo, que, utilizando instrumentos econômicos, buscam atingir determinados objetivos macroeconômicos.

É papel do governo zelar pelos interesses e pelo bem-estar da comunidade em geral. Para esta finalidade, o setor público, enquanto um agente econômico de peso dentro do sistema, procura atuar sobre determinadas variáveis e através destas alcançar determinados fins tidos como positivos para a população.

A exemplo do que foi comentado, é comum encontrar, no jornalismo econômico, notícias a respeito da elevação ou redução da taxa de juros.

Todavia, essas alterações nos juros são determinadas pela atuação do governo sobre outras variáveis (neste caso – oferta de moeda). Essas modificações nos juros buscam afetar outros objetivos maiores como crescimento econômico e/ou controle inflacionário.

Políticas econômicas têm como objetivo afetar a economia como um todo, e é por isso que sua análise está no campo da macroeconomia. Entender os objetivos e instrumentos das políticas é um dos objetivos do presente capítulo. Portanto, torna-se fundamental o entendimento do encadeamento lógico entre as ações, variáveis e objetivo. Desta forma é possível uma leitura e interpretação geral do mundo macroeconômico.

3 Para que Existem as Políticas Econômicas?

Os governos federais, estaduais e municipais têm importante papel na economia de uma nação. As principais **funções do setor público** são destacadas em quatro áreas de grande abrangência:

- **reguladora**: o Estado deve regular a atividade econômica mediante leis e disposições administrativas. Com isso, torna-se possível o controle de alguns preços, monopólios e ações danosas ao direito do consumidor;
- **provedora de bens e serviços**: o governo, também, deve prover ou facilitar o acesso a bens e serviços essenciais, principalmente àqueles que não são de interesse do setor privado, tais como, educação, saúde, defesa, segurança, transporte e justiça;
- **redistributiva**: as políticas econômicas devem atingir e vir a beneficiar os mais necessitados da sociedade. Com isso, modificam a distribuição de renda e riqueza entre pessoas e/ou regiões. A igualdade social deve ser uma prioridade a ser buscada pelos órgãos públicos;
- **estabilizadora**: os formuladores de políticas econômicas devem estar preocupados em estabilizar/controlar os grandes agregados macroeconômicos, tais como, taxa de inflação, taxa de desemprego e nível de produção, com o intuito de beneficiar a população.

Os cidadãos e agentes informados da sociedade brasileira sabem que essas quatro funções básicas do governo são vitais para o bom funcionamento de qualquer sistema econômico.

No estudo da macroeconomia cabe ainda destacar, neste capítulo, a última função do governo, ou seja, a de estabilizar/controlar os grandes agregados macroeconômicos. Dentro dessa função do setor público, os principais agregados econômicos são: taxa de juros, crescimento econômico, nível de preços, taxa de desemprego e taxa de câmbio.

Entretanto, para que esses objetivos do setor público sejam alcançados de forma eficaz, o governo utiliza-se de um conjunto de políticas e instrumentos econômicos, destacados a seguir.

4 Políticas Econômicas e seus Instrumentos

As políticas econômicas e os grupos de instrumentos de que estas se utilizam para o atingimento de determinados fins podem ser divididos em três grandes grupos: política monetária, política fiscal e política cambial.

4.1 Política monetária

A **política monetária** tem como objetivo controlar a oferta de moeda na economia. Determinar a quantidade de moeda (dinheiro) na economia é função do Conselho Monetário Nacional (CMN), com participação do Banco Central do Brasil (BACEN). Ao determinar a quantidade de dinheiro, tem-se a formação da taxa de juros, ou seja, a taxa de juros pode ser simplificada interpretada como sendo o “preço do dinheiro”.

A lógica da política monetária consiste em controlar a oferta de moeda (liquidez) para determinar a taxa de juros de referência do mercado. Nesse sentido, o Banco Central, seja qual for o país, eleva a taxa de juros (“preço do dinheiro”), enxugando (diminuindo) a oferta monetária, e a reduz atuando de forma inversa.

Cabe destacar que em um sistema econômico, moeda representa os meios de pagamento. Estes, na sua forma mais líquida, podem ser representados pelo papel-moeda e pelos depósitos à vista nos bancos comerciais. Tanto as cédulas/moedas metálicas quanto os valores existentes nas contas bancárias representam os meios de pagamento.

A política monetária, ao controlar os meios de pagamento, está visando estabilizar o nível de preços geral da economia. Os governos que necessitam diminuir a taxa de inflação reduzem a oferta monetária e aumentam a taxa de juros. Esse mecanismo controla o nível de preços. Mas, se as taxas de juros permanecerem elevadas por um período longo, a economia pode deixar de elevar o crescimento econômico.

A propósito, qual o motivo de a taxa de juros da economia brasileira ser tão elevada, e o que poderia ser feito para reduzir a mesma? Os juros estão altos com o intuito de controlar a estabilidade de preços da economia, e, para baixar o mesmo, o governo teria que aumentar a liquidez do sistema, ou seja, colocar mais moeda em circulação, o que provavelmente traria um efeito indesejado que é a elevação dos preços de forma generalizada, definida em economia como inflação.

**A lógica da política monetária consiste
em controlar a oferta de moeda
(liquidez) para determinar a taxa de
juros de referência do mercado**

Assim, respondendo a uma questão de anseio popular, a inflação pode retornar a patamares mais altos? Sim. Mas isto só virá a acontecer se por algum motivo (dificuldades na rolagem da dívida, por exemplo) o governo tiver que colocar em circulação uma grande quantidade de moeda para financiar a dívida.

O BACEN pode alterar os meios de pagamento (oferta de moeda) utilizando-se de quatro instrumentos:

a) **Operações de mercado aberto (*Open Market*)**

As operações de mercado aberto são caracterizadas pela compra e venda de títulos públicos do BACEN no mercado. Esses títulos podem ser de emissão própria ou em geral do Tesouro. Seu impacto sobre a liquidez na economia pode ser resumido em dois simples exemplos:

Exemplo 1: Banco Central compra títulos públicos do mercado, fazendo o pagamento em reais. Nesse caso, a oferta de moeda aumenta, pois o BACEN está retirando um ativo (título) que não é meio de pagamento e fornecendo ao mercado um ativo líquido (moeda), no caso, Real.

Essa operação, realizada em grande quantidade, tem como objetivo aumentar a oferta de moeda e conseqüentemente diminuir a taxa de juros do mercado.

Exemplo 2: Banco Central vende títulos públicos ao mercado, recebendo o pagamento em reais. Ocorre o caso inverso do exemplo anterior. O BACEN está ofertando um ativo menos líquido (títulos) e retirando do mercado (economia) um ativo mais líquido (moeda). Essa operação, realizada em grande escala, tem como finalidade diminuir a oferta monetária e conseqüentemente aumentar a taxa de

juros e com isso controlar o nível de preços.

b) Depósito compulsório

São depósitos sob a forma de reservas bancárias que cada banco comercial é obrigado legalmente a manter junto ao Banco Central. É calculado como um percentual sobre os depósitos à vista nos bancos comerciais.

Quanto maiores os depósitos compulsórios, maior o nível de reservas obrigatórias dos bancos junto ao Banco Central. Os recursos destinados aos empréstimos sofrerão uma diminuição e provocando com isso a criação de moeda bancária (valores depositados nos bancos). A taxa de juros sofreria um aumento, sendo o inverso também verdadeiro.

Para diminuir a liquidez do sistema financeiro, o Banco Central eleva a taxa de compulsório. Com menos recursos para emprestar dos bancos comerciais, o crescimento da economia como um todo é afetado.

c) Redesconto bancário

A assistência financeira de liquidez ou redesconto é o mecanismo pelo qual o BACEN socorre instituições financeiras com problemas de liquidez. O redesconto é o empréstimo que os bancos comerciais recebem do BACEN para cobrir eventuais problemas de liquidez. A taxa cobrada sobre esses empréstimos é chamada de taxa de redesconto.

Um aumento da taxa de redesconto indica que os bancos sofrerão maiores custos, caso tenham problema de liquidez. Neste caso, as instituições irão aumentar suas reservas e diminuir o crédito, aumentando o custo para se obter meios de pagamento, ou seja, a taxa de juros.

d) Controle e seleção de crédito

Um instrumento não muito convencional, mas às vezes utilizado pelo Banco Central, refere-se ao controle direto sobre o crédito. Este pode estar relacionado ao volume de crédito, ao prazo e destinação do crédito. Este instrumento pode gerar distorções no livre funcionamento do mercado de crédito, e até desestimular a atividade de intermediação financeira.

**A política fiscal visa estimular o crescimento e
reduzir a taxa de desempenho por meio da
elaboração do orçamento público**

4.2 Política Fiscal

O principal instrumento de política econômica do setor público refere-se à **política fiscal**. Esta, por sua vez, consiste na elaboração e organização do orçamento do governo, o qual demonstra as fontes de arrecadação e os gastos públicos a serem efetuados em um determinado período (exercício).

A política fiscal visa atingir a atividade econômica e assim alcançar dois objetivos inter-relacionados, a saber, estimular a produção, ou seja, crescimento econômico e combater, se for o caso, a elevada taxa de desemprego. O financiamento do déficit do setor público, também é um fator de preocupação da política fiscal.

O governo pode alterar o volume das receitas e gastos públicos através dos instrumentos fiscais. Estes instrumentos são:

a) **Impostos (receita):**

Os impostos podem ser classificados em duas categorias:

- Impostos diretos: incidem diretamente sobre a renda das unidades familiares e das empresas. Ex.: IRPF (Imposto de Renda de Pessoa Física); IRPJ (Imposto de Renda de Pessoa Jurídica).
- Impostos indiretos: são tributos que oneram as transações intermediárias e finais. São incorporados ao processo produtivo e, portanto, incidem indiretamente sobre o contribuinte (consumidor). Ex.: ICMS; ISS; COFINS; PIS.

b) **Despesas do governo (gastos):**

As despesas do governo podem ser divididas em:

- Consumo: gastos com salários, administração pública, funcionalismo civil e militar.
- Transferências: benefícios pagos pelos institutos de previdência social, sob a forma de aposentadorias, salário-escola, FGTS (Fundo de Garantia do Tempo de Serviço).
- Subsídios: são pagamentos feitos pelo governo a algumas empresas públicas ou privadas.
- Investimentos: gasto com aquisição de novas máquinas, equipamentos, construção de estradas, pontes, infra-estrutura.

c) **Orçamento do governo:**

O resultado das operações de receitas menos os gastos do setor público representam o orçamento do governo. Este saldo pode ser classificado em três esferas:

- Orçamento equilibrado: ocorre quando o total das receitas em valores monetários de um determinado período for exatamente igual ao total dos gastos em valores monetários.
- Orçamento superavitário: as receitas superam os gastos em valores monetários em um determinado exercício do governo.
- Orçamento deficitário: as receitas são inferiores aos gastos.

Quando o Tesouro Nacional, responsável pelas contas do setor público, registra um caso de déficit, o governo deve determinar como será o financiamento ou o pagamento desse excesso de gastos.

Entretanto, o resultado do setor público pode ser dividido em duas contas:

- Superávit/déficit primário ou fiscal: é o saldo positivo/negativo alcançado quando a receita do governo federal e estadual é superior/inferior aos seus gastos. É a diferença entre os gastos públicos e a arrecadação tributária no exercício, independente dos juros e da correção da dívida passada.
- Déficit operacional (Necessidade de Financiamento do Setor Público - NFSP): é calculado pelo resultado primário, acrescido do pagamento dos juros da dívida passada.

O déficit do setor público pode ser financiado por duas principais fontes de recursos:

- Emissão de moeda: o BACEN, neste caso, cria moeda para financiar a dívida do Tesouro. Este procedimento é também conhecido como monetização da dívida.
- Empréstimos: venda de títulos da dívida pública ao setor privado (interno ou externo): o governo oferta títulos em troca de moeda para financiar sua dívida atual. Esse financiamento tende a aumentar o déficit operacional devido ao pagamento dos juros.

O atual governo (Fernando Henrique Cardoso) apresenta uma dívida pública no seu conceito operacional crescente porque busca sistematicamente o financiamento do déficit via empréstimos. A monetização¹ da dívida é descartada, pois esta teria um impacto significativo sobre a taxa de inflação.

A atuação do governo através da política fiscal, da mesma forma que pela política monetária, busca alcançar alguns objetivos de política econômica, dentre os principais, a estabilidade e o crescimento econômico. Por exemplo, o nível de desemprego da economia brasileira pode ser entendido como resultado do baixo crescimento econômico, e este pode ser explicado em grande parte pela falta de políticas fiscais expansivas (por exemplo, aumento dos gastos públicos). Pelo lado da política monetária, uma maior oferta monetária para redução da taxa de juros poderia estimular o investimento privado, gerando desta forma novos empregos.

¹Entende-se como monetização da dívida o resgate dos títulos públicos (dívida do governo) através da compra destes, utilizando-se nova moeda criada no sistema. O governo emite moeda e através desta salda a sua dívida.

4.3 Política Cambial

O mercado de câmbio (divisas) é formado pelos diversos agentes econômicos que compram e vendem moeda estrangeira, conforme suas necessidades. Empresas que vendem mercadorias ou ações no exterior estão aumentando a oferta de moeda estrangeira, em particular o Dólar, pois sua receita ocorre em moeda estrangeira. Empresas que compram bens ou ações do exterior estão demandando moeda estrangeira (Dólar), pois seus gastos ocorrem em dólares. Neste sentido, o preço da moeda estrangeira em relação à moeda nacional é determinado neste mercado. Este preço é chamado de taxa de câmbio (R\$/US\$).

Cabe explicar que as relações econômicas, comerciais e financeiras dos agentes de determinado sistema econômico, com os agentes de outro sistema econômico (normalmente país), são registradas na Balança de Pagamentos. Eventuais déficits no Balanço de Pagamentos são decorrentes do fato de a entrada de divisas (dólares) ser inferior a saída de divisas. Este fato é resultado de dois desequilíbrios. O primeiro é que se exportam bens e serviços menos do que se conseguem importar, resultando em uma saída de divisas maior do que a entrada. O segundo desequilíbrio é causado pelo lado financeiro, onde não se conseguem atrair recursos (dólares) em quantidade suficiente para pagar as contas em dólar.

As empresas brasileiras que participam do comércio internacional dependem substancialmente da taxa de câmbio. Entender o funcionamento desse mercado é fundamental

Caso o câmbio esteja a R\$ 2,50, significa que são necessários R\$ 2,50 reais para comprar um dólar. Se este subir para R\$ 3,00 por dólar, ocorreu uma desvalorização da moeda local em relação à moeda estrangeira. O preço da moeda estrangeira elevou-se.

Se o preço sobe devido a um aumento da demanda por dólares, dizemos que ocorreu uma desvalorização do Real frente ao Dólar. Precisa-se de mais reais para comprar a mesma quantidade de dólares.

Se o preço desce devido a um aumento da oferta de dólares, dizemos que ocorreu uma valorização do Real frente ao Dólar. Menos reais serão necessários para comprar a mesma quantidade de dólares.

As empresas brasileiras que participam do comércio internacional dependem substancialmente da taxa de câmbio. Entender o funcionamento desse mercado é fundamental. Ele pode agir de três maneiras.

a) **Regime de câmbio flutuante**

Neste caso não há intervenção do Banco Central no mercado. O preço da moeda estrangeira, ou a taxa de câmbio, é determinado exclusivamente pela interação entre oferta e demanda. O BACEN não compra e não vende dólares. Esse procedimento é adotado nos principais países desenvolvidos.

Após a desvalorização do Real frente ao Dólar em 1999, o País adotou um regime híbrido de câmbio, que mais se aproxima do câmbio flutuante.

b) **Regime de câmbio fixo**

Este regime representa um caso extremo de controle do mercado. O Banco Central deve estar constantemente regulando o mercado. Caso haja um excesso de procura/demanda por dólares, este deve vender dólares ao mercado para que o câmbio não se desvalorize. Caso ocorra um excesso de oferta de dólares no mercado, o Banco Central deve comprar o excesso para que o câmbio não se valorize. A Argentina adotou esse regime durante a década de 1990. Alguns países da América Latina, tais como, Equador e Uruguai, também adotam ou adotaram esse sistema. Eles buscavam uma alternativa para controlar o nível de preços internos, fortalecendo a moeda nacional, pois esta estava fixada a uma taxa determinada de câmbio. Controlar o mercado de câmbio exige do Banco Central um certo nível de reservas internacionais (cambiais). Se esse regime sofrer uma fuga significativa de capitais (dólares), o BACEN irá perder muitas reservas e conseqüentemente pode desvalorizar a moeda local.

c) **Formas híbridas de câmbio**

Formas híbridas de câmbio são maneiras de atuar sobre este; é uma mistura entre o câmbio fixo e o câmbio livre ou flutuante.

Existem inúmeras maneiras intermediárias entre o câmbio fixo e o câmbio livre de se atuar sobre o câmbio. Este texto se concentra em duas delas, pelo fato destas terem sido utilizadas na economia brasileira desde o período de 1994 até 2002. Regime de Bandas Cambiais e *Dirty Float* (flutuação suja).

O Regime de Bandas Cambiais, que foi utilizado na economia brasileira para o período de 1994 a 1999, adota uma flutuação para a taxa de câmbio dentro de determinados limites, ou seja, estabelece um teto e um piso. Esta forma de câmbio é considerada híbrida, porque entre os parâmetros, superior e inferior, o câmbio flutua livremente, aproximando-se dessa forma do câmbio

livre. Todavia, quando a taxa de câmbio aproxima-se ou ultrapassa as bandas, as autoridades intervêm no mercado comprando ou vendendo divisas (dólares) até que a taxa retorne aos patamares estabelecidos. Sendo assim, podemos considerar essa taxa fixa dentro de determinados valores.

A amplitude de variação da taxa de câmbio depende dos interesses das autoridades econômicas, com vista aos objetivos de política econômica, podendo ter uma flexibilidade maior (limites mais amplos), ou ter uma maior restrição fazendo com que o teto e o piso desta flutuação se aproximem, sendo que neste segundo caso o regime também é chamado de Mini Bandas Cambiais.

A flutuação suja, que passou a ser utilizada no Brasil pós 1999, distancia-se do Regime de Bandas Cambiais, porque a princípio o câmbio é livre e pode flutuar livremente. No entanto, quando as oscilações ocorridas no mercado cambial podem vir a comprometer determinados objetivos de política econômica, o governo atua sobre o mercado até que a situação venha a estabilizar-se. A idéia é que, com a adoção do câmbio flutuante, o mercado passe a ter uma completa liberdade. Desta maneira, as intervenções não são desejadas e só ocorrem em situações específicas.

Considerações finais

Pretende-se explicitar que as políticas econômicas, discutidas ao longo deste capítulo, são de suma importância para o entendimento dos cenários macroeconômicos. As ações de política monetária, fiscal e cambial têm como finalidade maior alcançar objetivos que tragam benefícios para a população, sendo que tanto o resultados destes objetivos como os reflexos, muitas vezes indesejados, que estas trazem acabam por afetar a vida de todos, empresas e pessoas.

Porém é importante saber que o governo, antes da adoção das medidas de política econômica, procura fazer uma leitura do cenário macroeconômico, buscando verificar qual a situação em que se encontra a economia, para traçar um plano de onde espera chegar. Para isto ele utiliza-se de mecanismos de observação da atividade econômica, que são conhecidos como indicadores econômicos e que serão tratados no próximo capítulo.

Bibliografia recomendada

MENDES, Judas Tadeu Grassi. **Economia empresarial**. Curitiba: Ed. do autor, 2002.

ROSSETTI, José P. **Introdução à economia**. 18.ed. São Paulo: Atlas, 2000.

DORNBUSCH, Rudiger; FISCHER, Stanley. **Macroeconomia**. 5.ed. São Paulo: Makron, Mc Graw-Hill, 1991.

Resumo

Pretendeu-se com este capítulo apresentar e relacionar os principais objetivos de política econômica e seus instrumentos. Inicialmente, destacou-se a importância do estudo da macroeconomia na sociedade. Seu amplo impacto nas relações sociais e econômicas justifica seu estudo. Crescimento econômico, estabilidade do nível de preços e igualdade de renda são objetivos almejados por qualquer país que avança rumo ao desenvolvimento sustentável. Entretanto, os governos utilizam-se de políticas econômicas para alcançar e/ou manter esses objetivos. Os três grandes instrumentos de política macroeconômica podem ser na esfera monetária, fiscal ou cambial. A política monetária refere-se ao controle da oferta monetária, a política fiscal, a preparação e execução do orçamento público e a política cambial ao controle e influência na definição da taxa de câmbio (valor da moeda local).

Negócios Internacionais

*Artur Nappo Dalla Libera
Eliana Beatriz Donoso Velasco*

A economia atual é intrinsecamente internacional, e o será cada vez mais. O processo de internacionalização que vem se acelerando desde o fim da Segunda Guerra Mundial tem adquirido agora características de vendaval. E, como todos os vendavais, pode favorecer aquelas empresas que tenham suas velas orientadas para o rumo certo. Porém podem fazer naufragar aquelas que não saibam enfrentá-lo.

Todos os dias recebemos uma forte dose de internacionalismo: a concorrência estrangeira se intensifica e há maiores pressões para manter-se no mercado. Ouvimos seguidamente que as empresas brasileiras devem ser competitivas internacionalmente ou morrerão. Mas é também freqüente ouvir: “por que eu deveria me preocupar com o exterior, conheço meu negócio, meus clientes, meus fornecedores... não tenho nada com isso”.

São resquícios do modelo de desenvolvimento baseado na industrialização por substituição de importações que consistia em fabricar no país produtos que antes importávamos. Supunha-se que desta forma o país seria cada vez mais avançado e independente do exterior. Isto requeria severas barreiras alfandegárias e a intervenção estatal para apoiar a indústria nacional, além de dificuldades para a entrada de capital estrangeiro no país.

O modelo de desenvolvimento hoje, no mundo todo, consiste na abertura para os mercados internacionais, concretamente focar na exportação. Como resultado, nas últimas décadas o comércio mundial tem crescido a um ritmo maior que a produção mundial.

Assim, uma densa trama de relações comerciais, financeiras e econômicas criou-se de forma tal que o que acontece com um país passou a ser altamente relevante para todos os outros, e esta interdependência só faz crescer. Portanto, ou as empresas e seus executivos se adaptam à nova realidade ou passarão a fazer parte do grupo dos perdedores que sempre há em qualquer processo de mudança.

Além desta introdução, que pretende contextualizar o assunto, o artigo é composto por mais quatro partes que tratam, desde óticas diferentes, das diversas variáveis envolvidas nos negócios internacionais. A seguir apresentam-se os mecanismos de difusão das interdependências nas economias mundiais e na seqüência o macroambiente no qual se desenham as decisões empresariais.

O ambiente empresarial, aquele sobre o qual o empresário pode agir, é abordado tendo em vista as formas de construção da competitividade e dos pré-requisitos para a internacionalização. Por último, apresenta-se a empresa global num sentido da postura empresarial adequada para este fim.

1 As interdependências na economia mundial

Desde o ponto de vista do macroambiente em que acontecem os negócios internacionais, esta interdependência nos leva a formular ao menos duas perguntas:

- a) como é possível que o que acontece com um país afete outro? Ou seja, quais são os mecanismos ou canais de transmissão entre as economias que as geram?
- b) quais as possíveis respostas a essas interdependências? As opções vão desde tratar de isolar-se, fechando-se numa atitude protecionista, até uma posição de buscar a cooperação e coordenação em nível internacional.

A resposta a cada uma dessas perguntas no âmbito das políticas nacionais influenciará o tipo de estratégia empresarial a ser adotado. É por isso que essas políticas nacionais precisam ser conhecidas e avaliadas.

O comportamento da renda, habitualmente medido pelo PIB, determina a demanda possível para os produtos de exportação. Os meios de comunicação referem-se com freqüência ao efeito “locomotiva”, que um país (como os EUA por exemplo) ou um grupo de países (como a União Européia) pode exercer sobre a expansão ou recuperação dos outros países, especialmente em momentos de recessão ou estagnação. Seu mecanismo de transmissão opera da seguinte forma: um crescimento da renda num país A produz uma maior demanda por produtos importados que são as exportações de um país B, portanto fonte de nova demanda neste. Esta nova demanda em B põe em marcha um efeito multiplicador da renda em B que expandirá as importações em B gerando um circuito de crescimento para os outros países.

Porém, pode funcionar também no sentido inverso. Uma retração da renda em A, que reduza suas importações de B, conduz a um decréscimo das exportações de B, afetando negativamente sua produção, emprego e renda.

A magnitude do impacto deste canal de transmissão depende da medida em que as variações da demanda ou do gasto recaia sobre produtos importados do resto do mundo, isto é, do grau de abertura da economia de um país. É, portanto, uma variável que precisa ser considerada tanto para dimensionar o mercado interno como o de exportação.

O modelo de desenvolvimento, hoje, no mundo todo, consiste na abertura para os mercados internacionais, concretamente em focar seus interesses na exportação

Num mundo cada vez mais integrado financeiramente, as taxas de juros internacionais influenciam os níveis das mesmas nacionalmente. Isto significa que se por qualquer motivo as taxas de juros experimentam uma pressão altista (por exemplo, uma maior demanda de fundos para financiar os déficits norte-americanos, a reconstrução dos países do leste da Europa, ou mesmo uma diminuição de poupança mundial ou uma guerra contra o terrorismo), repercutiriam sobre os outros países independentemente de qual fosse a origem do movimento de alta.

Embora o principal mecanismo pelo qual se transmitem os movimentos das taxas de juros seja a atração exercida por altas taxas sobre os investidores internacionais com capacidade para deslocar seus fundos de um país para outro, outras variáveis determinam também estes movimentos: as expectativas de apreciação/depreciação das moedas que alteram a rentabilidade esperada; o risco associado à moeda de um país (risco soberano) com forte conteúdo político-institucional e os entraves à mobilidade dos capitais.

O comportamento e as tendências das taxas de juros internacionais e dos investidores determinam tanto os custos financeiros das empresas como o acesso ao crédito de importação e exportação.

Um outro importante canal de transmissão das interdependências internacionais são os regimes e as taxas de câmbio. Quando a moeda de um país se deprecia ou se desvaloriza, ela perde valor em relação a alguma ou a outras moedas. Ou seja, a taxa de câmbio é um conceito relativo de vital importância, já que sua variação altera a competitividade dos produtos de um país frente aos outros, sem que nenhuma mudança tenha acontecido na sua estrutura de produção; assim podem representar uma forma de concorrência espúria nos mercados mundiais.

A desvalorização do câmbio como instrumento para ganhar competitividade dá lugar a um canal de transmissão de interdependências

negativo conhecido como o fenômeno de *beggar my neighbour* (empobrecer o vizinho) e provocam represálias dos demais países e, no limite, podem fazer colapsar o comércio internacional.

Esses três canais renda, taxa de juros e taxas de câmbio podem atuar simultânea e conjuntamente e a avaliação do peso relativo de cada um deles deve ser examinada caso a caso considerando o grau de abertura da economia, o grau de integração financeira com o exterior e a substituíbilidade entre os produtos estrangeiros e os nacionais.

Outros canais de transmissão são os produtos cujos preços são fixados em dólares, como o petróleo, que fazem com que tudo o que aconteça com os EUA influa nos preços nacionais de seus derivados.

A existência dessas interdependências (e de outras de diversas naturezas) que geram externalidades (efeitos sobre os outros agentes) constituem a razão básica para a busca da cooperação e coordenação das políticas econômicas em nível mundial, seja através de organismos multilaterais (FMI, Banco Mundial, OMC...) ou por meio da formação de blocos econômicos, o que aprofunda ainda mais interdependências.

2 O macroambiente competitivo

As mudanças na economia mundial tornaram-se visíveis nos países desenvolvidos durante a década de 1970. O avanço da integração econômica mundial aumentou a competição pelos mercados nacionais, alterando drasticamente o ambiente empresarial. Com o aumento da competição internacional pelos mercados, instala-se gradualmente um movimento de “desmonte” das grandes empresas. Entre as técnicas utilizadas para esse objetivo, a reengenharia é a ferramenta mais conhecida.

Outra mudança ocorrida na gestão de muitas empresas no mundo inteiro, inclusive no Brasil, se deu mediante sua reestruturação em torno de seu negócio principal ou *Core Business*.

As principais megatendências que estão moldando a integração mundial são:

Telecomunicações - A tecnologia das comunicações vem atravessando uma revolução nas últimas décadas. As comunicações via satélite disponibilizam a informação em tempo real para qualquer lugar do planeta. O impacto dos avanços tecnológicos nas comunicações, aliado ao desenvolvimento e à redução nos preços dos equipamentos de informática, transformou o gerenciamento de negócios internacionais, ampliando as possibilidades de planejamento, coordenação e controle de operações internacionais e agilizando a tomada de decisões.

Finanças - O setor financeiro é o segmento que atingiu o maior nível de integração mundial. Os capitais internacionais fluem com velocidade entre países e mercados, em busca de alternativas para aplicações especulativas ou investimentos, tornando as economias nacionais altamente vulneráveis aos movimentos financeiros internacionais.

Economia - As duas principais megatendências econômicas são a formação de blocos econômicos regionais, principalmente a União Européia e a ALCA, e a queda das barreiras alfandegárias, que se verifica na maioria dos países. Do ponto de vista das empresas, a integração da economia mundial é a tendência de maior impacto, uma vez que a queda de barreiras alfandegárias (principalmente os impostos de importação) permite que um número maior de competidores internacionais passe a exportar seus produtos com menores preços e melhor qualidade, alterando, em poucos anos, a estrutura dos mercados nacionais. É crucial que os dirigentes empresariais compreendam as tendências mundiais que afetam seus negócios e encontrem soluções para os novos desafios surgidos com a integração da economia mundial.

Economia Brasileira - Para compreender os efeitos da integração internacional na economia brasileira, precisamos conhecer a origem e a consolidação da industrialização neste país. A indústria brasileira foi implantada dentro do que denominou “modelo de substituição das importações”, cuja dinâmica foi a diminuição gradual da importação de manufaturados. Portanto é neste ambiente de proteção ao mercado interno que se dá a implantação da indústria brasileira entre as décadas de 1930 e 1970. Nessa época, o mito do “Brasil potência” contribuiu para a visão utópica de auto-suficiência econômica, pela qual qualquer indústria poderia ser implantada e bem-sucedida na mercado brasileiro. O que se pode verificar é que este modelo de substituição de importação, alicerçado no forte protecionismo brasileiro, na realidade estagnou as empresas nacionais fazendo com que estas empresas reproduzissem padrões tecnológicos sucateados. Em consequência isto levou o Brasil a perder grande posição no mercado internacional. O preço deste protecionismo exagerado é que está fazendo o Brasil a passar por estes momentos de turbulências nos dias atuais.

3 Ambiente empresarial

Oferecer um produto competitivo ao mercado em tempo adequado, com os benefícios decorrentes de especificações e características corretas, a um custo de produção que permita lucro, é uma atribuição difícil.

O processo de globalização paralelamente com as novas tecnologias proporcionam um novo paradigma que permite mudanças estruturais profundas,

traduzindo-se em novas formas de concorrência e de regulação, com a inovação de produtos intensivos em tecnologia e de uma legislação e normas de proteção à concorrência, à propriedade intelectual e ao meio ambiente.

São vários os fatores que interferem no comportamento de compra e que afetam a escolha do consumidor por determinado produto ou marca e isso torna-se cada vez mais intenso neste processo de integração global. Fatores culturais, sociais, familiares, econômicos e psicológicos agem em conjunto de forma a tornar complexo a identificação do fator preponderante em uma decisão de compra. No mundo atual, com as arenas cada vez mais competitivas, o conhecimento destes fatores torna-se primordial na busca da tão almejada vantagem competitiva pelas empresas e organizações.

O grande desafio da empresa global é ter um produto local e global ao mesmo tempo

A vantagem competitiva é um fator crucial do desempenho de uma empresa em mercados globais e competitivos. Após várias décadas de prosperidade e vigorosa expansão, muitas empresas perderam de vista a vantagem competitiva em sua luta em busca de diversificação e crescimento. Empresas em todo o mundo enfrentam um crescimento mais lento bem como concorrentes internos e externos que não agem mais como se o bolo em expansão fosse bastante grande para todos.

Embora a atratividade da indústria seja em parte reflexo de fatores sobre os quais uma empresa tem pouca influência, a estratégia competitiva tem poder considerável para tornar uma indústria mais ou menos lucrativa. Ao mesmo tempo, uma empresa pode claramente melhorar ou desgastar sua posição dentro de uma indústria através da escolha da estratégia. A estratégia competitiva, então, não só responde ao meio ambiente, mas também tenta modelar este meio ambiente em favor da empresa.

Conhecer os fundamentos de toda estratégia competitiva é uma etapa prévia à formulação da estratégia internacional.

Num mercado altamente concorrencial (perto da concorrência perfeita) as possibilidades de manter elevadas margens de lucro a médio e longo prazos são declinantes. Sempre que existir alta rentabilidade num setor ou indústria, a entrada de novos competidores unida à sensibilidade ao preço por parte dos clientes se encarregará de rebaixar as margens até praticamente o desaparecimento dos lucros empresariais.

Quanto mais padronizado o produto e quanto mais competidores tiverem acesso à tecnologia que propicie produzi-lo a custos semelhantes, menores serão os preços e as margens de lucro. Disto se depreende que a capacidade de obter lucros no tempo num dado setor está determinada pelas imperfeições de mercado que as empresas possam criar.

A capacidade de diferenciação dos produtos/serviços é uma dessas imperfeições que podem (e devem) ser criadas pelas empresas. O seu poder de criar vantagens competitivas decorre:

- da heterogeneidade de gostos ou preferências. Cada consumidor tem um modelo ideal, de forma tal que o valor percebido – e o preço que está disposto a pagar – varia na medida em que o produto/serviço se aproxima ou não de seu modelo ideal;
- os produtos/serviços podem ser ofertados em qualidades diferentes, sendo que a uma maior qualidade corresponderia um preço mais elevado; porém, os consumidores diferem na sua disposição para pagar pela qualidade;
- o consumidor aprecia a variedade em si mesma; ele quer ter um leque maior de escolha.

O segundo grande tipo de “imperfeições de mercado” que pode existir num setor tem a ver com as diferenças de custos (e portanto de preços) que possa haver entre os concorrentes. Alguns fatores são determinantes para consegui-las e sua importância relativa varia de acordo com a natureza do produto/serviço.

Obter economias de escala é um deles. Em muitos produtos, quando aumenta o volume de produção, os custos aumentam; porém, menos que proporcionalmente, o que faz com que o custo por unidade diminua. Assim, quanto maior for a presença de custos fixos, maiores as possibilidades de se obter economias de escala.

Alguns tipos de custos fixos têm aumentado como consequência do próprio acirramento da concorrência; é o caso dos custos com tecnologia, pesquisa e desenvolvimento de produtos ou mesmo de marketing.

As economias de escala podem ser encontradas em todos os aspectos da elaboração do produto/serviço. Além do processo de fabricação, podem ser obtidos nas atividades de compra, vendas, de publicidade, transporte, distribuição etc.

No quadro abaixo apresentamos as principais “imperfeições de mercado” que podem ser exploradas para obter vantagens competitivas num setor e que atuam como barreiras de entrada para outros concorrentes, preservando ou ampliando as margens de lucro do negócio.

DERIVADAS DA DIFERENCIAÇÃO	DERIVADAS DAS DIFERENÇAS DE CUSTOS
Imagem de marca	Economias de escala
Prestígio	Custos compartilhados
Patentes	Acesso privilegiado a insumos e matérias-primas
Atuação do governo	Processos produtivos especiais

A capacidade de criar imperfeições num setor é potencializada pelo comércio internacional da seguinte forma: a variedade de produtos num mercado depende criticamente do tamanho do mercado; num mercado com poucos consumidores o número de produtos diferenciados que podem ser produzidos de forma rentável é reduzido. Na medida em que o tamanho do mercado aumenta, a variedade compatível com um maior aproveitamento das economias de escala também aumenta.

A grande decisão estratégica que toda empresa deve tomar é referente ao tipo de vantagem competitiva que quer obter: em custos ou em diferenciação. Ao mesmo tempo, tem que se estruturar em três âmbitos:

- o âmbito do produto/serviço: isto é, se quiser ser especialista ou generalista, concentrada ou diversificada;
- o âmbito empresarial: qual o nível de integração vertical que pretende em suas operações;
- o âmbito geográfico: quer dizer, se pretende ser uma empresa local, regional ou mundial.

A resposta que a empresa der a essas três dimensões determinará o modo concreto como ela obterá sua vantagem competitiva. Essas questões aplicam-se a todas as empresas, porém adquirem importância crucial quando se pretende sair para o mercado internacional ou quando a economia se abre ao exterior e a concorrência nos mercados locais aumenta.

De todas as forças que rompem estas estratégias competitivas, talvez a mais importante seja o fluxo de informação. Hoje, as pessoas podem ver por si próprias que os gostos e as preferências são os mesmos de outros países. A disponibilidade e a explosão da tecnologia da informação, como as telecomunicações, têm mudado para sempre a natureza da competição global.

O outro lado da moeda é que não apenas as empresas que concorrem internacionalmente mas também aquelas cujo mercado principal é considerado doméstico serão afetadas pela concorrência global.

As empresas podem adotar estratégias diferentes para obter vantagens competitivas diferentes. Se as empresas de um setor têm capacidade de produção conjunta insuficiente para atender a demanda, o incentivo é alto para a entrada de novos concorrentes. Entretanto, tais novos concorrentes precisam considerar o tempo e o investimento necessários para desenvolver a capacidade de produção adicional necessária.

Tal conhecimento é fundamental para a compreensão das necessidades e desejos de determinados grupos e para a determinação de mercados-alvo a serem atendidos por uma empresa, bem como para a definição de estratégias que deverão ser utilizadas

Os fatores psicológicos muitas vezes são negligenciados pelas empresas que não dispõem de profissionais capacitados para interpretá-los e conhecê-los mais profundamente. Na maioria das vezes, aqueles que lidam mais diretamente com o consumidor também não estão preparados e se prendem ao preço do produto, considerando-o como fator determinante na decisão de compra. Esquecem que não só o preço é importante na decisão de compra, mas também o serviço (por exemplo: o bom atendimento).

A partir da década de 1980, nos países industrializados, e dos anos de 1990, no Brasil, as empresas passaram a enfrentar um novo desafio, pois as melhorias de eficiência promovidas nas atividades internas deixaram gradativamente de garantir sua sobrevivência e seu crescimento. O aumento da competição internacional pelos mercados impôs novos padrões de desempenho produtivo, tecnológico e mercadológico às empresas que pretendam alcançar um nível de competitividade global.

Devido à sua complexidade, bem como às características particulares de cada empresa e dos mercados, as estratégias de globalização, quando adequadas e bem-sucedidas, tornam-se um diferencial competitivo de longo prazo, porque não podem ser reproduzidas de maneira genérica, mesmo por empresas concorrentes.

4 A empresa global

Para alcançar a competitividade global, o primeiro desafio que se apresenta à empresa é ter capacidade de solucionar um dilema fundamental e obter um produto que apresente estrutura comum que permita aproveitar economias de escala e possa sofrer pequenas variações para **atender a necessidades específicas de diferentes mercados**. Este é um “produto global” – é global e é local ao mesmo tempo.

As características culturais influenciam os estilos gerenciais e esse é o grande problema quando uma empresa pretende atingir o mercado internacional. A história e a cultura de uma nação formam um conjunto de valores e comportamentos que afetam, em maior ou menor grau, seus cidadãos, influenciando também as empresas locais. É de grande importância na forma como uma empresa se estrutura. Cada empresa tem uma forma própria e específica de operar e se estruturar. A utilização de técnicas de gestão inadequadas à cultura e as práticas comerciais e necessidades locais também podem acarretar graves prejuízos econômicos e afetar a imagem da empresa.

Inserir uma empresa, em seus primeiros passos, no cenário do comércio internacional não é tarefa fácil. Mas não é impossível; requer, acima de tudo, alguns atributos básicos tais como planejamento, profissionalismo, comprometimento, recursos financeiros e humanos.

Observa-se que muitas empresas, por medo, cometem seguidos erros que comprometem um bom desempenho, concorrendo então para resultados negativos, inexpressivos, afugentando-os dessa forma desse universo chamado comércio internacional.

A falta de conhecimento e informação sobre comércio exterior é o que vem a comprometer qualquer esforço para elaboração de planejamento visando o mercado externo. O desconhecimento sobre o perfil do público-alvo, os possíveis concorrentes, os preços praticados, as barreiras internas do país comprador, acabam transformando a empresa em um franco atirador, ou seja, aponta para todos os lados e não consegue acertar o alvo. Ter objetivos definidos é vital para o desenvolvimento de uma política de comércio exterior e a chave fundamental para o sucesso.

Disponer de funcionários especializados em comércio exterior pode trazer resultados positivos para a empresa que está iniciando. Também, saber da importância e papel do agente ou representante no exterior pode ser de vital

importância para o desenvolvimento e prospecção de mercados. Algumas empresas acham que custa muito caro contratar profissionais qualificados, ou até mesmo um serviço de consultoria, o que acaba levando a empresa a gastar muito mais com erros básicos e primários e desistindo rapidamente deste mercado.

Um grande erro cometido pelas empresas que iniciam o mercado internacional é pensar em exportar somente quando o mercado interno estiver em queda. Atrelada a isso, a falta de uma política de marketing eficaz – que vai desde os primeiros contatos, passando pela confecção de catálogos (alguns de péssima qualidade), o envio de amostras que não demonstram o que realmente é o produto (o mercado internacional não compra gato por lebre) e até erros de tradução para o idioma do importador – demonstra o “amadorismo” e prejudica a imagem das empresas. O mercado internacional não aceita amadores. Você pode ser uma pequena empresa, mas precisa agir com profissionalismo.

Um grande passo para iniciar um processo de internacionalização é participar de feiras e exposições internacionais (internas e externas), para conhecer novidades e inovações, fazer contatos e apresentar seu produto. A feira internacional é um grande ponto de encontro de clientes e fornecedores mundiais, podendo até mesmo criar laços de amizade e parcerias (*joint-ventures*) com empresas do exterior, o que se torna estratégico no mundo globalizado de hoje.

A falta de conhecimento e informação sobre comércio exterior é o que vem a comprometer qualquer esforço para elaboração de planejamento visando o mercado externo

Na realidade o que está acontecendo neste mundo global é uma homogeneidade da demanda e oferta tornando a tecnologia o diferencial de competitividade.

Mudanças em tecnologia, transporte e comunicação estão criando um mundo onde tudo pode ser feito e comercializado em qualquer lugar do planeta. As economias nacionais estão desaparecendo. Um grande rompimento surge entre as empresas globais, com uma visão mundial. Países se estilhaçam, crescem os blocos comerciais regionais, e a economia global torna-se cada vez mais interligada.

A globalização aumentou a competição e proporcionou oportunidades para as organizações oferecerem produtos e serviços em escala mundial. Para prosperarem, as empresas precisam ser flexíveis (detectar rapidamente as mudanças), ter capacidade de reação, independentemente de sua localização ou base de mercado, e considerar o restante do mundo em sua análise de estratégia competitiva.

A expansão internacional de uma empresa é um processo gradual no qual ela vai comprometendo recursos, na medida em que “aprende” com os mercados, externos. As empresas costumam iniciar sua expansão internacional pelos países vizinhos (devido à proximidade física, à economia de fretes e aos custos logísticos), ou pelos países de maior mercado potencial. Há uma quantidade considerável de empresas que começam por países que lhes são “psicologicamente” mais próximos.

Afinidades ou diferenças menores em fatores como idioma, costumes, tradições, educação, práticas comerciais, nível de desenvolvimento etc. levam empresários a sentir-se mais perto de mercados geograficamente distantes. Este tipo de distância tende a ser mais relevante para as empresas menores, que por não contarem com profissionais experientes internacionalmente sentem-se mais à vontade com países que possuem culturas semelhantes. Este é um dos fatores que torna os blocos econômicos de grande importância para a iniciação no comércio internacional.

Qualquer que seja o motivo para a entrada nos negócios internacionais, uma empresa que queira tornar-se verdadeiramente orientada para o exterior precisa fazer uma opção estratégica de curto e de longo prazos. É fundamental para a empresa e para o país que a internacionalização não seja encarada como uma fuga quando o mercado interno apresenta turbulências. Neste caso, os negócios internacionais não a tornarão mais forte, pelo contrário, a enfraquecerão.

Bibliografia recomendada

MAIA, Jayme de Mariz. **Economia internacional e comércio exterior**. São Paulo: Atlas, 2001.

PORTER, M. E. **Estratégia competitiva**: técnicas para análise de indústrias e da concorrência. Rio de Janeiro: Campus, 1990.

KRUGMAN Paul; OBSTFELD, Maurice. **Economia internacional** – teoria e política. São Paulo: Makron Books, 2001.

Resumo

Este artigo objetiva mostrar alguns aspectos indispensáveis à compreensão da dinâmica dos negócios internacionais. Apresentou-se as crescentes interdependências na economia mundial e os mecanismos que as transmitem, configurando o macroambiente econômico. O ambiente empresarial é visto aqui como um agente ativo perante o meio mutante que pode buscar seu lugar nos negócios mundiais, criando suas vantagens competitivas pela análise interna à sua empresa e pelo conhecimento dos mercados.

