

SETOR EXTERNO E ECONOMIA INTERNACIONAL

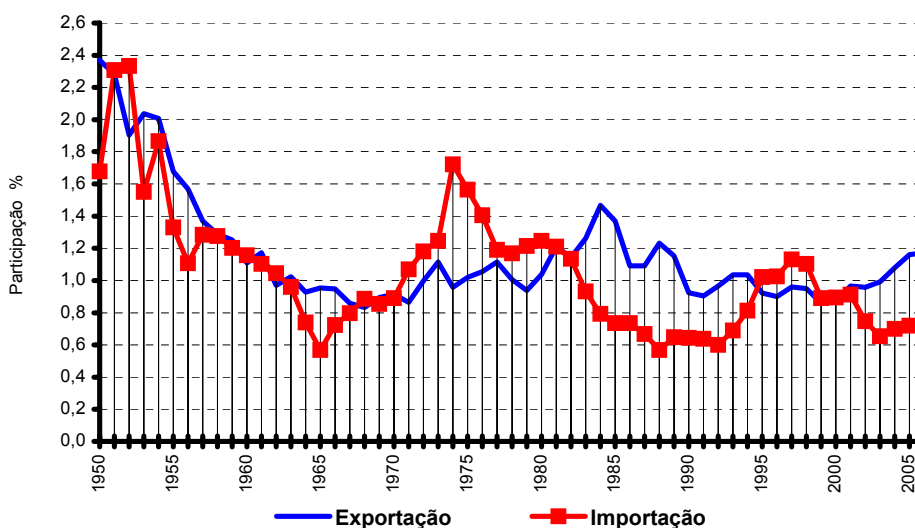
Negociações Internacionais – Limitações e Oportunidades

*Antoninho Caron**

1. Contextualização

Na década de 50 o Brasil participava com 2,4 % do total das exportações mundiais, atualmente tem uma participação de apenas 1%. Que mudanças provocaram a redução na participação dos produtos e serviços brasileiros no comércio mundial? Que oportunidades as empresas brasileiras têm hoje para conquistar maior competitividade no processo das negociações mundiais? Por que a presença brasileira em volume e valor no total das exportações mundiais não tem crescido apesar do esforço significativo e continuado das autoridades brasileiras em promover o aumento do nível das exportações?

Gráfico 1. Participação do Brasil nas Exportações e Importações Mundiais



Fonte: Ministério Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior.

Pode-se explicar essa perda de competitividade de diversas formas. O objetivo deste artigo é discutir algumas causas determinantes dessa perda de mercado, bem como as possíveis soluções para um novo ciclo de crescimento sustentável, aumento do volume e valor das exportações brasileiras e uma presença mais significativa das empresas brasileiras no comércio internacional.

Entre as causas determinantes desse retrocesso pretende-se abordar:

* Antoninho Caron. Professor da FAE – Business School, Doutor em Engenharia de Produção, Mestre em Desenvolvimento Econômico, Especialista em Negociações Internacionais. Endereço eletrônico: acaron@fae.edu

- a) Diferentes compreensões sobre comércio internacional ou comércio exterior, e diferentes entendimentos sobre negociações internacionais;
- b) Estruturas tributária e fiscal interna, que reduz a capacidade competitiva dos produtos e das empresas brasileiras quando comparadas às estruturas tributárias e fiscais de outros países, no apoio e promoção das atividades econômicas e competitivas de suas empresas;
- c) Formas de cooperação, parcerias e alianças estratégicas entre países e entre empresas na busca de especialização e escalas mais eficientes de produção.

2. Negócios Internacionais e não Comércio Internacional

A primeira parte deste artigo tem como objetivo analisar a abrangência da compreensão do que vem a ser *negociações internacionais* em contraposição à visão histórica que se tem sobre *comércio internacional*.

O entendimento das autoridades brasileiras e do próprio empresário sobre comércio internacional esteve sempre vinculado à idéia de comprar e vender, exportar e importar. O que, na realidade, é apenas uma das múltiplas alternativas do que deve ser compreendido como negociações internacionais.

A análise dessa temática abrange a amplitude dos negócios internacionais muito além da perspectiva de compra e venda. As negociações internacionais entre governos levam em conta a possibilidade de salvaguarda dos interesses multilaterais e bilaterais, sob o ponto de vista do interesse do desenvolvimento econômico e social dos países envolvidos. Para as empresas, as negociações internacionais representam a liberdade de movimentação dos fatores de produção para a conquista de lucros cada vez maiores por meio da redução de custos e ampliação dos mercados. Os cidadãos têm seu interesse voltado para as oportunidades de trabalho, renda e liberdade de consumo diversificado de produtos e serviços.

O governo, ao negociar com instituições internacionais de caráter multilateral (ONU, OMC, OEA) ou com os blocos econômicos e governos de cada país tenta defender os múltiplos interesses dos agentes econômicos nacionais (governo, empresas, cidadãos, trabalhadores e consumidores) e, ao fazer esse tipo de negociação, abre portas para que as empresas possam concretizar seus negócios com maior liberdade na busca da eficiência, eficácia e efetividade de suas estratégias de otimização da produção, das trocas e do lucro.

As empresas têm a oportunidade estratégica de tirar proveito das negociações multilaterais e/ou bilaterais feitas pelo governo e intensificar suas negociações para desenvolver atividades produtivas e comerciais com resultados mais eficazes no que se refere à busca de ganhos de qualidade, produtividade, redução de custos, aumento de competitividade e maiores lucros.

Estas negociações podem ser:

- a) Compra e venda de máquinas e equipamentos, matérias-primas, bens semi-industrializados e produtos acabados;
- b) Negociações para desenvolvimento pesquisa e tecnologias adequadas para novos produtos e ou novos mercados;
- c) Composição conjunta de capitais para novos investimentos e ampliação de investimentos;
- d) Abertura de mercados novos e mercados para produtos novos em atuação conjunta com nações e empresas participantes do comércio internacional;
- e) Complementação da produção, de forma que cada empresa parceira de uma aliança e/ou de um processo de cooperação possa concentrar-se em sua atividade principal com mais especialização, adequação de escala com ganhos de produtividade, maior agregação de valor para consumidores nacionais e internacionais e, conseqüentemente, aumento de competitividade;
- f) Aumento da frequência e intensidade de invenções e inovações.

Em síntese, a amplitude das negociações internacionais leva em consideração todas as alternativas de cooperação e alianças nacionais e internacionais para melhorar a eficiência dos negócios, considerando que entre as transações via empresa e as transações via mercado (Coase, ³⁰ 1939, 1972); (Williamson³¹, Oliver 1985) há uma infinidade de novos processos de cooperação empresarial que dão origem a uma infinidade de novas alternativas de negócios internacionais. Esses, por sua vez, transcendem em muito a alternativa simples de compra e venda e descortinam horizontes infinitos de novas oportunidades de negócios disponíveis para empresas e empresários.

Não há limite de possibilidades e de criatividade para cooperações e alianças empresariais quando desenvolvidas com empreendedorismo, ética e responsabilidade social.

³⁰ Coase, R.H. The Nature of the Firm, 1937 e 1972

³¹ Williamson, O.E. 1985 "The Economic governance: framework and applications" in: Longlois, R.N. Economic as a process: essays in the new institutional economics. N.Y.:Cambridge Univesity Press.

3. Estrutura Tributária e Fiscal

Discutir a questão das negociações internacionais a partir da estrutura tributária de cada país implica refletir sobre as alternativas de protecionismos adotadas em diferentes nações.

A estrutura tributária brasileira parte do princípio de que toda produção e investimentos devem ser tributados. Os países com os quais as empresas brasileiras e os produtos das empresas brasileiras concorrem partem do princípio de que investimentos não devem ser tributados, mas sim estimulados a emergirem do território nacional ou serem atraídos de outras nações.

Pode-se tratar essa questão como um protecionismo *ex-post* ou um protecionismo *ex-ante*. Esse processo, possível de ser visualizado como exemplo na tabela a seguir, mostra as diferenças de custos unitários ao final do processo de transformação.

Tabela 1. Estimativa de investimentos e custo unitário de produção com e sem tributos

Fator de produção e tributos	Situação 1 - ex-post	Situação 2 ex-ante
1. Custo dos investimentos	R\$ 200.000,00	R\$ 200.000,00
1.1 <i>Impostos diversos 30%</i>	R\$ 60.000,00	Isento de impostos
2. Custos dos Insumos	R\$ 50.000,00	R\$ 50.000,00
2.1 <i>Impostos diversos 40%</i>	R\$ 20.000,00	Isento de impostos
3. Custos de Mão-de-obra	R\$ 100.000,00	R\$ 100.000,00
3.1 <i>Encargos diversos 100%</i>	R\$ 100.000,00	Isento de encargos
4. Custo total	R\$ 530.000,00	R\$ 350.000,00
5. Quantidade produzida 100.000 unid.	100.000 Unidades	100.000 Unidades
6. Custo por unidade produzida	R\$ 5,30 por unidade	R\$ 3,50 por unidade

Fonte: Elaboração Própria.

Comparando-se a situação 1 (ex-post) com a situação 2 (ex-ante) constata-se uma diferença de custos por unidade produzida de quase R\$ 2,00. Isto é, a capacidade de competir por diferenças de custos na situação 2 é muito melhor do que a observada na situação 1.

Transpondo-se o exemplo da tabela acima para a situação de tributos no Brasil em comparação com a maior parte dos países do mundo com os quais os produtos das empresas brasileiras competem observa-se que as empresas brasileiras têm menor capacidade de competir por custos.

A causa fundamental dessa diferença é a excessiva voracidade da carga fiscal sobre a base produtiva do sistema tributário nacional. Os investimentos e o consumo no Brasil são tributados. Isso implica que quando os industriais brasileiros querem exportar o governo brasileiro precisa isentar os produtos dos impostos para garantir a capacidade de competir por preços. Portanto, depois dos produtos serem produzidos os impostos são retirados via

incentivos para exportação. Como se pode observar, essa é a situação 1 denominada *ex-post*; isto é, depois da produção os impostos são retirados. Esse é o procedimento adotado por quase todas as nações, uma vez que impostos não se exportam.

Entretanto, a grande diferença está no fato de as empresas dos países Europeus, Asiáticos, dos Estados Unidos e da China serem beneficiadas por estímulos a investimentos e à produção através de incentivos e favorecimentos antes da produção. O princípio norteador, e que em tempos de economias globalizadas, abertas e competitivas orienta a maioria dos países, é que investimentos não são tributáveis. Tributa-se o consumo final do produto.

Uma segunda variável a ser considerada antes da produção são os programas de investimentos em Ciência e Tecnologia, cuja observação mais significativa é expressa em termos de novas empresas e novos produtos destinados a mercados mundiais amplos e lucrativos. A intensidade de invenções e inovações tem sido outra grande diferença entre empresas brasileiras e empresas de países concorrentes. As empresas dos países com políticas industriais, tecnológicas e de comércio exterior mais agressivas têm sido estimuladas por um conjunto diversificado de políticas e mecanismos de aumento da qualidade e produtividade, a conquistar a competitividade, tanto nos mercados nacionais como nos mercados internacionais.

É possível citar como exemplo a situação das empresas dos Estados Unidos. Os investimentos em Ciência e Tecnologia (C&T) estão por volta de 3% do produto nacional bruto dos EUA, chegando à casa dos US\$ 11 trilhões no ano de 2006. Os incentivos em C&T de 3% sobre US\$ 11 trilhões indicam que os investimentos em C&T chegam ao montante de US\$ 330 bilhões. Os resultados desses investimentos são novas empresas e novos produtos destinados aos mercados mundiais ampliados. Grandes mercados de novos produtos portadores de inovações, invenções, valores agregados e capacidade de atender às novas exigências dos consumidores. Portanto, as empresas americanas investem mais, inovam mais, participam de mercados ampliados e conquistam maiores lucros. O país cresce, as empresas lucram e os consumidores têm mais renda. Maior renda potencializa o consumo, a produção e a geração de mais trabalho e mais renda, determinando num ciclo virtuoso.

No caso brasileiro, partindo-se de um PIB em torno de 800 bilhões de dólares no ano de 2006, e ainda considerando-se que o Brasil tenha investido em C&T 1% do PIB, chega-se a um investimento positivo em ciência e tecnologia em torno de US\$ 8 bilhões. Pergunta-se: quantos novos produtos e quantas novas empresas teriam surgido no Brasil em

decorrência de investimentos na ordem de US\$ 8 bilhões em C&T? E nos Estados Unidos, qual seria o resultado considerando-se um investimento em C&T de US\$ 330 bilhões?

Disso pode-se constatar que não há teoria de conspiração de nações ricas e industrialmente dinâmicas contra nações em patamares de desenvolvimento relativamente inferiores. O que se observa são políticas industriais, tecnológicas e de negócios internacionais mais agressivas que permitem aos países que as adotam resultados mais positivos para o seu desenvolvimento econômico e social, para o crescimento e fortalecimento de suas empresas e para a melhoria da qualidade de vida dos seus cidadãos.

Os países que investem e inovam pouco, compram ou adaptam tecnologias para mercados menores e mais protegidos, produzem menos, lucram menos, têm uma menor distribuição de renda e, conseqüentemente, aumentam as desigualdades nos níveis de desenvolvimento entre as nações ricas e a nações emergentes e/ou pobres.

4. Novas Estratégias de Negociações e Competição Internacional

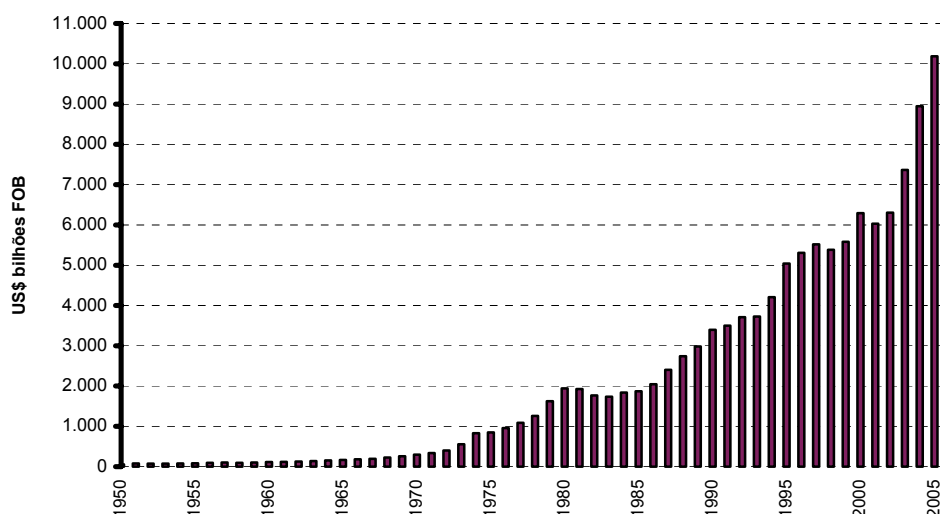
Em relação ao comércio mundial dos últimos 60 anos (1945/2005) o mundo dividiu-se em dois períodos distintos de atividades comerciais. Entre 1945 e 1975 a estratégia de comércio global caracterizava-se por um mundo comprador. Isto é, tudo o que se produzia no mundo era facilmente comprado, pois havia uma enorme demanda por produtos no mercado mundial. O que se observava era o predomínio de uma produção orientada por quantidade de produção, concentrada nos países tradicionalmente industrializados, hoje denominados nações ricas.

A partir de 1975 até os dias de hoje, constata-se que a estratégia de comércio global se caracteriza por um mundo vendedor; ou seja, os países tradicionalmente industrializados e as nações em processo de industrialização querem vender seus produtos.

Conseqüentemente há um acirramento da competição, uma busca constante e intensa por invenções, inovações, qualidade e produtividade para conquistar maior capacidade de competir nos mercados nacionais e internacionais, os assim chamados mercados globais. Há um renascimento do nacionalismo econômico e da necessidade de salvaguardar os interesses das diferentes nações, muitas vezes contraditórios e divergentes, exigindo novas formas e habilidades de negociações.

A evolução das trocas internacionais nos últimos 50 anos demonstra as grandes transformações no relacionamento entre países e entre empresas, determinando um novo modo de cooperação e alianças, bem como novas estratégias de atuação nacional e internacional por parte das empresas.

Gráfico 2. Evolução das Exportações mundiais – 1950 a 2006



Fonte: MDIC

O gráfico acima demonstra claramente a rapidez da aceleração das trocas internacionais a partir da década de 1980. Nos anos 1970 a 1980 houve uma significativa alteração dos valores do comércio internacional. A principal explicação para o crescimento nesse período são as altas sucessivas dos preços do petróleo. Entretanto, nos anos 1980 e principalmente dos anos 1990 em diante, o crescimento do comércio internacional é explicado pela entrada no mercado internacional de novos países exportadores e importadores, e pela intensa transformação do modo de produzir das empresas e das relações econômicas estabelecidas entre eles. Os países promovem processos intensos e rápidos de aberturas econômicas buscando conquistar novos investimentos e aceleração do desenvolvimento econômico e social da nação. Nessa perspectiva, negociam com outros países maior redução de barreiras ao comércio internacional, com o objetivo de aumentar a liberdade para as empresas movimentarem os fatores de produção, ampliarem os mercados e conquistarem maiores lucros, participando do desenvolvimento e crescimento econômico e social de seus países.

Diante desse novo cenário de globalização e abertura econômica as empresas internacionalizam seus capitais fazendo novos investimentos em diferentes países. Essas mesmas empresas aceleram os processos de racionalização da produção, via redução dos custos de produção, agregação de valores aos produtos para atender consumidores nacionais e internacionais mais exigentes, informados e com melhores níveis de renda. Portanto, dispostos a diversificar consumo. Para reduzir custos e agregar valores aos produtos as

empresas intensificam processos de invenções e inovações. Como o ciclo de vida das invenções e inovações se reduz, e conseqüentemente o ciclo de vida dos produtos também se reduz, as empresas buscam novas estratégias de organização e crescimento a fim de participar de um mundo globalizado, de economias abertas e competição acirrada.

A inserção competitiva dos países e das empresas nesse novo cenário da economia e do comércio internacional é agora explicada por diversos autores como “Teoria Estratégica de Comércio Internacional”. O desempenho dos produtos das empresas de diferentes países no comércio internacional é decorrência de estratégias dos governos no apoio à inovação dos processos tecnológicos, produtivos, comerciais, organizacionais e gerenciais das empresas. E novas estratégias de produção comercialização, investimentos e organização das empresas.

O resultado do desempenho internacional dos diferentes países depende da estratégia dos governos na promoção do desenvolvimento econômico e social nacional, através do apoio à modernização técnica e gerencial de suas empresas. E depende, fundamentalmente, das estratégias das empresas na adoção de novos métodos e técnicas de produção, de gestão e de organização. Portanto, as estratégias dos governos e as estratégias das empresas são interativas, interdependentes e complementares.

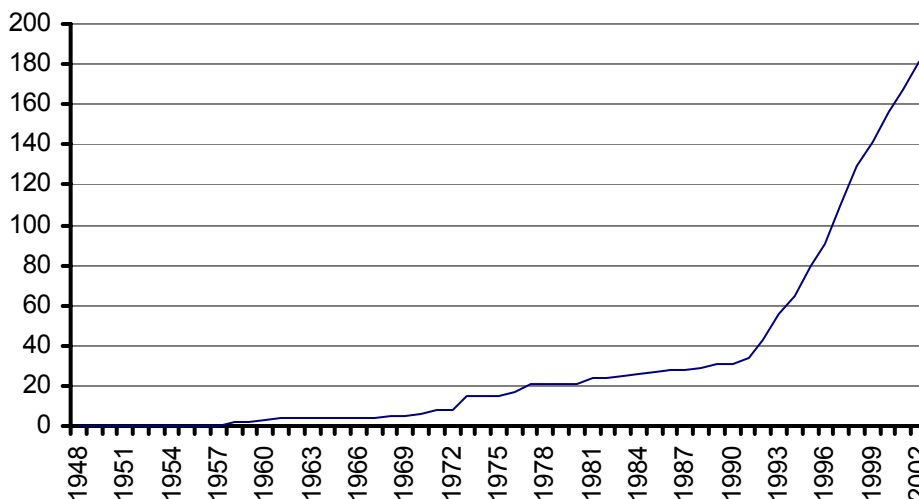
Surgem novos modos de organização da produção capitalista das empresas. De um processo de atuação “solo”, independente e autônomo para um novo processo de interdependência e cooperação estratégica entre empresas nacionais, e destas com empresas de outros países. A cooperação entre os países passa do campo militar para o campo tecnológico e econômico no apoio aos interesses das empresas, dos cidadãos e na conquista de um novo estágio de desenvolvimento econômico e social. Os governos buscam novos investimentos, novas empresas, novos investidores.

As empresas intensificam processos de cooperação, alianças e parcerias nacionais e internacionais para participarem do ciclo virtuoso de invenções, inovações, criação de novos produtos, novos processos e conquista de mercados ampliados com lucros maiores.

Nem governos, nem empresas atuam de forma independente, mas em processos de cooperação e interdependência. A partir de interesses comuns, decidem estratégias de atuação, processos de cooperação econômica, alianças e parcerias estratégicas. Esse fato pode ser observado no gráfico 3, que mostra, a partir dos dados do Banco Mundial, a intensidade e rapidez do crescimento dos acordos internacionais entre países para redução das barreiras às trocas internacionais e promoção de oportunidades de complementações produtivas entre empresas. Os países negociam entre si acordos comerciais e as empresas negociam entre si

oportunidades de complementar mercados, ampliar produção, investimentos e intensificar inovações para se manterem competitivas nos mercados nacionais e internacionais.

Gráfico 3. Acordos Regionais de Comércio entre 1948 a 2003



Fonte: World Trade Organization Graph by Tom Hale, July 2003

Toda nação com projeto de desenvolvimento definido busca negociar seus interesses próprios num contexto internacional de diferentes bases econômicas, tecnológicas e sociais, a fim de garantir que os interesses das suas empresas e dos seus cidadãos sejam preservados e defendidos em contraposição aos interesses de empresas e cidadãos de outros países.

Segundo Michael Porter³² em seu artigo “A Vantagem Competitiva das Nações” cabe aos governos nacionais um papel estratégico de fomentar a capacidade competitiva de suas empresas, promovendo algumas políticas econômicas que podem ser sintetizadas:

- a) Criar um ambiente nacional favorável à produção eficiente;
- b) Exercer o papel de articulador, coordenador e catalisador de modernizações, inovações de produto, processo e gestão;
- c) Estimular e induzir o desenvolvimento industrial e tecnológico nas empresas;
- d) Estimular a competição entre empresas e com empresas competentes e participantes de um ambiente inovador e desafiante;
- e) Encorajar os empresários a perceber os ambiente mutantes e a mudar em direção ao novo, mesmo que ainda desconhecido;

³² Porter, Michael (1998). “A Vantagem Competitiva das Nações” in Montgomery, Cynthia; Porter, Michael (Orgs) – “Estratégia: a busca da vantagem competitiva” – Rio de Janeiro: Campus.

f) Promover rivalidades domésticas entre empresas. Isso estimula a melhoria e o aprimoramento contínuo.

Nessa mesma direção e aproveitando ainda os aconselhamentos de Porter para a definição das estratégias das empresas diante do cenário de globalização e acirramento da competição, cabe às empresas um novo papel sintetizado nas seguintes ações estratégicas:

a) Desenvolver internamente à empresa mentalidade inovadora e políticas empresariais para a inovação, visando enfrentar as pressões para inovação e competição originadas da participação de mercados mais exigentes e do enfrentamento de competidores mais competentes;

b) Motivar-se com os concorrentes, fugindo da estabilidade, das áreas de conforto e motivando-se para as mudanças. Trata-se de um avanço em direção à modernidade e inovação;

c) Manter sistemas de informações que permitam rastrear os sinais de mudanças no mercado e nos competidores e adotar uma política pró-ativa de ação e reação às mudanças;

d) Respeitar, valorizar e aprender com as rivalidades domésticas e internacionais, visando conquistar processos de melhorias contínuas;

e) Participar de mercados nacionais e internacionais mais exigentes e competitivos que, se de um lado expõem ao risco, também estimulam melhorias e avanços;

f) Pensar globalmente e agir localmente incorporando estratégias mais eficientes e competitivas observadas em concorrentes e competidores internacionais e globais;

g) Escolher parcerias e alianças que permitam tirar proveito da intensidade de invenções e inovações, reduzindo os riscos da redução dos ciclos de vida dos produtos e das tecnologias, transformando essa ameaça em uma nova oportunidade de crescimento, prosperidade empresarial e lucro.

Como pode ser visto, há um novo papel do governo e novos cenários para as estratégias de competição das empresas. Trata-se de causas compartilhadas, de avanços e progressos compartilhados. Os desafios e as oportunidades exigem atuações complementares, conjuntas e interativas em direção ao novo. Novos mercados, novos produtos, novas empresas, novos estágios de desenvolvimento econômico e social.

5. Conclusão

Os novos cenários da economia internacional, abertos, competitivos e globalizados trazem para as empresas oportunidades de internacionalização dos investimentos, da produção, das compras e das vendas. Surgem novas oportunidades de se estabelecerem acordos de interesses recíprocos com empresas de outros países.

Os obstáculos do passado e as ameaças da falta de conhecimento, tecnologias, capitais e poucos recursos para investimentos em pesquisa e desenvolvimento de novos produtos ou mercados novos para produtos tradicionais surgem no presente como oportunidades de estratégias internacionais - as parcerias e as alianças entre as empresas.

O Brasil e as empresas brasileiras precisam de um Projeto Nacional de Desenvolvimento e Crescimento Sustentável para inserção competitiva na economia e no comércio globalizado. Há espaços, há oportunidades. Há um mundo novo a descobrir com ousadia, astúcia, perspicácia, boa vontade, inteligência, perseverança e persistência. Há um novo mundo a conquistar, uma sociedade do conhecimento a ser construída com saber, inovações, qualidade, produtividade e estratégias competitivas do governo e das empresas.

A sabedoria das negociações eficientes reside no fato de que todas as partes envolvidas no processo ganhem. Negociações não tratam de vencidos e vencedores. Mas de melhoria do bem comum. E esta conquista é possível. Portanto, negociar é encontrar pontos positivos comuns mesmo diante de posições contraditórias e conflitantes. Negociar é construir um tempo novo. Um novo desenvolvimento. O desenvolvimento do nosso tempo.

