

Apostem no Brasil, diz estudo

ROLF KUNTZ

Toda empresa competitiva deve ter uma estratégia global para os próximos anos — e o Brasil é um dos mercados estratégicos, segundo o relatório anual da Coopers & Lybrand, uma das grandes firmas norte-americanas de consultoria. O mais importante desse relatório, para os brasileiros, não é a classificação do País como o sétimo produtor manufatureiro do mundo, mas a visão de médio prazo das potencialidades do País e de seus vizinhos latino-americanos. Essa visão de médio prazo é essencial quando se pretende mostrar às multinacionais como ganhar dinheiro na próxima década — uma das funções de qualquer grupo de consultores respeitáveis. Só os brasileiros e seu governo podem permitir-se o luxo de não ver mais que a inflação do próximo mês.

O documento de Coopers & Lybrand — Relatório anual de 1989 sobre a economia e o clima mundial dos negócios — investe contra a sabedoria convencional ao definir as perspectivas das cinco principais regiões econômicas: “Para propósitos de estratégia empresarial, não existe Bacia do Pacífico; novas oportunidades devem ser exploradas no Japão; as empresas têm subvalorizado a América Latina; recuperação e novas oportunidades existem na Europa; a força da economia dos Estados Unidos tem sido amplamente subestimada”.

A globalização da economia, com presença crescente e competitiva de novos produtores industriais, já modifica sensivelmente as condições dos negócios. Em 1984, exemplifica o relatório, a economia norte-americana cresceu 7% reais e os preços pouco aumentaram, ao

O ranking da indústria manufatureira

País	PIB manufat. 1987 (US\$ milhões)	Crescimento 1987/97 (%)
Estados Unidos	987.865	2,8
Japão	635.654	2,9
Alemanha	368.430	1,7
França	238.051	2,4
Itália	178.543	2,5
Reino Unido	154.331	2,7
Brasil	84.821	4,9
Canadá	75.108	3,0
Espanha	65.841	3,2
Suíça	44.131	1,7
Austrália	37.980	2,7
Holanda	37.246	2,0
China	35.000	3,7
Suécia	34.363	2,3
Bélgica	33.810	2,2
Taiwan	33.125	5,4
Coreia	32.925	5,6
Índia	32.361	4,4
Áustria	31.735	3,0
México	28.956	3,1
Argentina	24.567	2,8
Finlândia	20.144	2,9
Dinamarca	18.166	1,8
Turquia	14.755	5,1
Noruega	12.304	1,7
Peru	11.262	2,5
Portugal	9.705	3,4
Tailândia	9.440	6,6
Europa	1.274.895	2,3
América do Norte	1.062.973	2,8
Japão	635.654	2,9
Ásia/Pacífico	224.470	4,3
América Latina	166.452	4,0
Outros	12.026	3,1

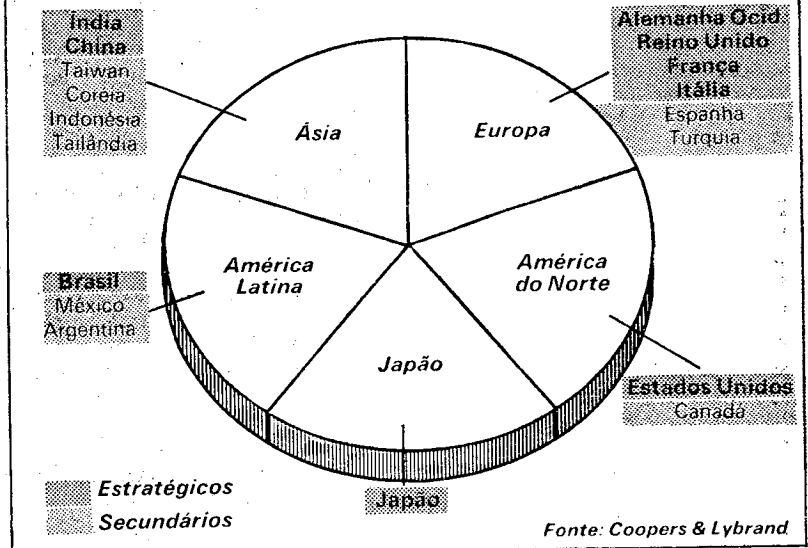
Fonte: Coopers & Lybrand

contrário do que acontecia tradicionalmente. Os preços não cresceram, de acordo com os economistas de Coopers & Lybrand, por causa da presença, no mercado norte-americano, de um maior volume de produtos japoneses, coreanos, brasileiros, de Taiwan (Formosa) etc.

A maior parte do relatório é dedicada ao exame das regiões de importância estratégica enquanto mercados ou como pontos de localização de operações internacionais. Cinco características definem um país como estrategicamente importante: 1) grande mercado; 2) mercado com suficiente potencial de crescimento; 3) mercado acessível; 4) economia com ampla base, não dependente de poucos produtos de exportação; 5) vínculos globais ou regionais. O Brasil apresenta, com certeza, quatro dessas características. A problemática é a terceira, mas o documento ressalva: “Embora alguns países, como Brasil e Ja-

Mercados estratégicos e mercados secundários

(potencialmente estratégicos)



pão, sejam de difícil ingresso, quase toda indústria poderá, segundo boas evidências, desenvolver políticas capazes de gerar negócios nesses países nos próximos anos”.

De modo geral, parece não haver boas oportunidades estratégicas no bloco socialista, no Oriente Médio e na África, exceto, diz o documento, para exploração de minerais e de outros recursos naturais.

O Brasil é apontado como chave para a América Latina. Mercado grande e crescente, um amplo e competitivo manufatureiro, vínculos regionais crescentes e — apesar dos temores do presidente José Sarney e de outros políticos — “uma democracia em estabilização” constituem os pontos positivos do Brasil, segundo o documento. Os negativos são a alta dívida externa, as políticas econômicas sem rumo (erráticas), o protecionismo e a falta de proteção às patentes estrangeiras. O documento aponta, no entanto, uma tendência à superação das políticas restritivas e, de modo particular, a emergência de novas atitudes em relação à eletrônica e à informática. Depois de ter absorvido, ou copiado, as formas de construir computadores pessoais e outros produtos de alta tecnologia, o País enfrentará obstáculos difíceis de transpor e terá de admitir tanto a importação quanto a proteção de direitos para ter

acesso a níveis tecnológicos mais altos (alguns ajustes, de fato, têm ocorrido, na área de software e na importação de equipamentos).

Os economistas da Coopers & Lybrand não subestimam os desajustes econômicos brasileiros de curto prazo, mas chamam a atenção para os bons resultados obtidos nas contas externas, nos últimos quatro ou cinco anos e para um ponto frequentemente esquecido por muitos brasileiros: a enorme capacidade de autofinanciamento do País: 85% dos financiamentos desde 1971, e 88% desde 1980, foram custeados com poupança interna. O importante, para as empresas estrangeiras, não é, diz o relatório, “como evitar o Brasil, mas como tratar com suas políticas e incluí-lo na estratégia global”.

O Brasil, com um mercado já respeitável e com uma produção manufatureira maior que a de quatro “tigres” asiáticos somados — Coreia, Cingapura, Taiwan e Hongcong —, é apontado como parte de uma região potencialmente mais importante para as indústrias norte-americanas do que a Bacia do Pacífico. Ponto curioso: para muitos analistas brasileiros, a integração do Cone Sul parece menos relevante do que para os economistas da Coopers & Lybrand. Quem entende mais de ganhar dinheiro?