

LUCIANA DA ROSA MENDES

COMPETITIVIDADE E PRODUTIVIDADE NA EMPRESA BRASILEIRA

Monografia apresentada ao Curso de Ciências Econômicas, Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal do Paraná, como requisito parcial à obtenção do título de Graduação em Economia.

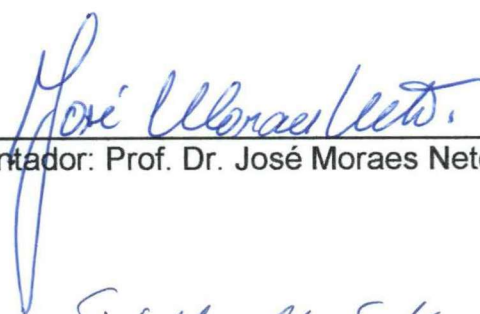
Orientador: Prof. Dr. José Moraes Neto.

CURITIBA
2004

LUCIANA DA ROSA MENDES

COMPETITIVIDADE E PRODUTIVIDADE NA EMPRESA BRASILEIRA

Monografia apresentada ao Curso de Ciências Econômicas, Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal do Paraná, como requisito parcial à obtenção do título de Graduação em Economia.



Orientador: Prof. Dr. José Moraes Neto.



Professor Francisco Borja Baptista Magalhães Filho



Professor Ademir Clemente

CURITIBA
2004

Agradeço ao Professor e Orientador José Moraes Neto, por toda dedicação dispensada. Agradeço também a meu Pai, Amigo e Professor, Dr. Judas Tadeu Grassi Mendes, que sempre me ajudou, inclusive em minha monografia.

SUMÁRIO

LISTA DE GRÁFICOS.....	iii
LISTA DE TABELAS.....	iv
1 INTRODUÇÃO.....	1
2 COMPETITIVIDADE: ASPECTOS, CONCEITOS E MEDIDAS.....	3
2.1 SISTEMA ECONÔMICO CAPITALISTA.....	4
2.2 CAPITALISMO NO BRASIL.....	5
2.3 GLOBALIZAÇÃO.....	6
2.4 INDICADORES DE COMPETITIVIDADE.....	7
2.4.1 Conceito Desempenho.....	7
2.4.2 Conceito Eficiência.....	8
2.4.3 Tecnologia.....	8
2.4.4 Salários.....	9
2.4.5 Produtividade.....	9
2.4.6 Condições Gerais de Produção.....	10
3 VANTAGENS DA COMPETITIVIDADE.....	11
3.1 ANÁLISE DE MERCADO.....	11
3.2 A EMPRESA DEVE SER MAIS COMPETITIVA.....	13
3.2.1 Qualidade dos Bens e Serviços.....	13
3.2.2 Redução do Custo Unitário.....	13
3.2.3 Aumento de Produtividade dos Recursos.....	14
3.3 A CONCORRÊNCIA EM PREÇOS.....	14
3.4 TECNOLOGIA.....	17
3.4.1 Tecnologia no Produto e no Processo.....	18
3.4.2 Efeito Econômico da Tecnologia no Processo.....	19
3.4.3 Efeito Econômico da Tecnologia no Produto.....	21
3.5 CURVAS DE CUSTO DE LONGO PRAZO.....	22
3.5.1 Economia de Escala.....	23
3.5.2 Economia de Escopo.....	26

3.5.3 Redução de Custo via Curva de Aprendizagem.....	26
4 O SUPORTE DA TEORIA ECONOMICA À COMPETITIVIDADE.....	29
4.1 O CÍRCULO VIRTUOSO DA COMPETITIVIDADE.....	32
5 DESAFIOS PARA UMA EMPRESA SER COMPETITIVA NO BRASIL.....	34
6 A COMPETITIVIDADE BRASILEIRA: O CASO DA SOJA.....	37
6.1 A COMPETITIVIDADE DA SOJA BRASILEIRA.....	38
6.1.1 A Tecnologia Brasileira de Soja.....	40
6.1.2 A Produtividade da Soja no Brasil.....	40
6.1.3 O Consumo da Soja e Sua Competitividade Futura.....	42
7 CONCLUSÃO.....	44
BIBLIOGRAFIA.....	47

LISTA DE GRÁFICOS

FIGURA 1 – RELAÇÃO ENTRE CUSTO UNITÁRIO E PRODUTIVIDADE.....	16
FIGURA 2 – EFEITO DA ADOÇÃO TECNOLÓGICA SOBRE A PRODUÇÃO.....	19
FIGURA 3 - EFEITO DA ADOÇÃO DE TECNOLOGIA SOBRE AS CURVAS DE CUSTOS DAS FIRMAS E A OFERTA DE MERCADO.....	20
FIGURA 4 - CURVA DE DEMANDA MAIS INELASTICA (PRODUTO MAIS DIFERENCIADO), VIA TECNOLOGIA NO PRODUTO.....	22
FIGURA 5 - CURVAS DE CUSTO MÉDIO DE LONGO PRAZO PARA QUATRO DIFERENTES TIPOS DE EMPRESAS, NOS ESTADOS UNIDOS.....	25
FIGURA 6 - CURVA DE APRENDIZAGEM: O CUSTO MÉDIO DE LONGO PRAZO CAI, À MEDIDA QUE A PRODUÇÃO ACUMULADA AUMENTA.....	28
FIGURA 7 - MODELO DE ISOQUANTA NO PROCESSO PRODUTIVO.....	29
FIGURA 8 - ISOQUANTA E ISOCUSTO NO PROCESSO DE PRODUÇÃO.....	30
FIGURA 9 - NÍVEL ECONOMICO DE USO DE 'K' E 'L'.....	31
FIGURA 10 – EFEITO DA TECNOLOGIA NO USO DOS RECURSOS.....	32
FIGURA 11 – CIRCULO VICIOSO DE COMPETITIVIDADE.....	34

TABELAS

TABELA 1 – EVOLUÇÃO DA PRODUTIVIDADE (QUILOS POR HECTARE) DA SOJA, NO ESTADO DO PARANÁ, MÉDIAS TRIENAIS 1989-2003.....	41
--	----

1 INTRODUÇÃO

O sistema capitalista gera uma competitividade constante entre os seres humanos, empresas ou nações. Com o surgimento da internet, a globalização se tomou mais presente em nossas vidas. É necessária melhoria contínua e inovação para sobreviver.

Competitividade pode ser associada com produtividade, não apenas no seu contexto imediato de eficiência na produção, mas também associado dos produtos e serviços. Competitividade tem que estar relacionada à capacidade de inovação e à prosperidade das organizações, de regiões ou de um país. A união de projetos de companhias ou nações fortalecem as relações de trabalho, produtos e serviços, assim, deve-se cooperar para competir.

O Brasil sempre teve uma competitividade interna pequena, devido a economia fechada, pelo menos até o final dos anos 80. Com a abertura da economia a partir do início dos anos 90, as empresas tiveram que se esforçar para conseguir competir com as mercadorias importadas e na maioria das vezes de melhor qualidade que entravam no país, competindo com as mercadorias nacionais. Neste período, o efeito da globalização no Brasil aumentou. Junto, a inflação, com o aumento de competição, diminuiu consideravelmente, tornando os preços no Brasil mais estáveis. O consumidor brasileiro, que teve o seu Código de Defesa aprovado em 1991, passou a ter mais direito, pois o mercado passou a ser relativamente influenciado pela oferta.

O país começou a entender que para sobreviver é necessário produzir com qualidade, produtividade e custo unitário baixo. Para ser mais competitiva, as empresas brasileiras tiveram que investir em tecnologia, considerar economia de escala, economia de escopo e curva de aprendizagem, que, até então, não eram muito percebidas.

O Brasil é um país com grandes restrições à competitividade, pois o nível de educação de sua população é baixo, gerando pouca mão-de-obra especializada; a ineficiência é grande, sendo que os desperdícios em alguns setores atingem 35% da produção; o Custo Brasil é altíssimo, ou seja, o principal

meio de transporte dos produtos brasileiros é o rodoviário, que é o segundo meio de transporte mais caro, apenas perdendo para o aéreo; O Brasil é um país muito burocrático. De 133 países analisados pela OMC – Organização Mundial de Comércio, o Brasil foi considerado o sexto pior no item burocracia, dificultando a entrada de novas empresas no mercado nacional. Ainda um outro fator que prejudica a competitividade brasileira é a tributação altíssima e desestimuladora de crescimento, diminuindo significativamente investimentos e a contratação de funcionários.

Apesar de todos os fatores que atrapalham a competitividade brasileira, o Brasil em 2003, atingiu o maior volume de exportações de sua história. O total ultrapassou US\$ 73 bilhões, ficando 21% maior que em 2002. O Brasil atingiu a liderança de mais três produtos: soja, carne bovina e frango.

Em 2004 a expectativa é que o Brasil ultrapasse os 80 bilhões de dólares. E a probabilidade de continuar crescendo é grande. A companhia Valle do Rio Doce já anunciou que espera um aumento significativo em exportações de minérios e pelotas de ferro. A crise da vaca louca nos Estados Unidos, bem como a gripe do frango, deverão aumentar a demanda por estes produtos no Brasil.

A soja, que será analisada no capítulo 5 desta monografia, é um produto que o Brasil investiu em tecnologia, pesquisa e desenvolvimento, garantindo ao país a primeira posição de exportador do produto, apesar de ser o segundo maior produtor mundial. As perspectivas são de aumento das exportações deste produto em 2004. Os Estados Unidos, maior produtor mundial de soja, não tem praticamente mais como expandir sua produção, pois não há mais espaço para a expansão desta cultura. Há também uma pressão para acabar com o subsídio dos países desenvolvidos, aumentando assim, o preço da mercadoria, favorecendo o Brasil. A estimativa é que o consumo de soja no mundo aumente, crescendo também a demanda pela soja brasileira.

Desta maneira, o Brasil tem grandes possibilidades que continuar com as lideranças dos mercados conquistados e até vir a liderar internacionalmente com novos produtos, porém, é de suma importância que o governo diminua as dificuldades impostas.

2 COMPETITIVIDADE: ASPECTOS, CONCEITOS E MEDIDAS

A economia é a ciência social que estuda a utilização dos recursos escassos na produção de bens e serviços, visando satisfazer os desejos dos seres humanos. Esta é a ciência que, na sua essência, analisa o sistema econômico.

No sistema econômico, os agentes econômicos (unidades familiares, empresas e governo) empregam recursos e interagem entre si via produção, uso dos produtos gerados e distribuição, que são controlados por um conjunto de instituições (jurídicas, políticas e sociais), englobando as funções e limites dos agentes.

O conjunto dos recursos, das empresas e das instituições são fundamentais para o crescimento econômico (o aumento da produção de bens e serviços de determinado país) e para o desenvolvimento econômico (crescimento vinculado à melhoria do nível de vida da população e alterações importantes na estrutura da economia do país).

Os sistemas econômicos diferem de país para país, considerando suas condições políticas e sociais. Na atualidade, alguns países utilizam o sistema socialista e outros o capitalista e existem ainda os que fazem uso de um sistema misto entre os dois (socialismo capitalista, social liberal, economia social de mercado). Seja qual o for o sistema econômico adotado por um país, o objetivo é o de resolver o conflito do problema econômico, que é o da escassez entre os fatores de produção disponíveis e as necessidades humanas, que são variadas e ilimitadas.

2.1 SISTEMA ECONÔMICO CAPITALISTA

O capitalismo é um sistema em que o governo tem pouco envolvimento nas decisões. A economia neste sistema se dá principalmente por forças do mercado, de um lado, a força da demanda dos consumidores e do outro, a oferta dos produtores. A quantidade e a escolha dos bens a serem produzidos é determinado pelo sistema de preços.

Os fatores de produção (máquinas, equipamentos, entre outros), os bens de consumo (alimentos, casa, carros, entre outros) e o dinheiro são de propriedade privada.

Os indivíduos, em um sistema capitalista, perseguem a riqueza. Hobbes, afirma que “riqueza é poder”, completando que se trata de um poder especial, poder de compra. Karl Marx, que também relacionou riqueza e poder, considerava como “a capacidade de controlar o processo produtivo” e ainda afirmava que “a riqueza das sociedades onde rege a produção capitalista configura-se em imensa acumulação de mercadorias” (Marx, 1867:41).

A vontade de atingir cada vez mais riqueza, determina que as empresas produzam com o objetivo de obter lucro (diferença entre receita e custo total). Para conseguir lucrar mais, a busca pelo aumento de produção é constante.

Surge, a partir da busca por riqueza e lucro, uma importante competição entre os proprietários de recursos. Diariamente indivíduos disputam vagas de trabalho, empresas competem entre si para conquistar uma “fatia” de mercado (isto é, o chamado *market share*).

No sistema capitalista, a competitividade é permanente e para sobreviver é necessário estar sempre em busca de diferenciais que mantenha tanto a empresa como os detentores dos recursos econômicos no mercado.

2.2 CAPITALISMO NO BRASIL

O capitalismo no Brasil, entre 1930 e 1990 considerava muito pouco o fator competitividade, sendo a disputa dos produtores pequena. A economia brasileira neste período era fechada, ou seja, havia a proibição da importação de muitos produtos e também, para outros produtos, impostos elevados. Desta forma, a demanda interna era apenas de produtos nacionais, não havendo importação e por este motivo, a oferta era controlada de modo a ser menor que a demanda, gerando constantemente inflação (aumento dos preços dos produtos). O aumento de preços evidentemente também tinha muito a ver com a baixa produtividade e os elevados custos de produção.

O Brasil tinha um saldo positivo da balança comercial, média de US\$ 12 bilhões por ano, sustentada não por um alto valor de exportações e sim por um baixo valor de produtos importados (a importação era em média US\$ 20 bilhões por ano), gerado por elevadas alíquotas de importação, proibição da importação de alguns produtos com a intenção de proteger a indústria nacional.

A proteção à indústria nacional, prejudicava a demanda que não tinha opção e pagava alto por produtos sem tecnologia. Os ofertantes não precisavam ser eficientes, não tendo interesse em investir em tecnologia. É importante considerar, que em países desenvolvidos, no mesmo período, sempre privilegiaram os consumidores, como exemplo dos Estados Unidos que há décadas importa mais de um trilhão de dólares por ano. O Brasil, ao contrário, produzia bens de baixa qualidade e caros.

O capitalismo brasileiro até a década de 90, sustentava-se por empresas estatais, em sua maioria monopólios, iniciadas no Governo de Getúlio Vargas em 1930; empresas de capital nacional familiares, e muitas delas se tornaram grandes grupos e a empresa estrangeira, como por exemplo, automobilística e farmacêutica.

A partir dos anos 90, inicia-se a abertura da economia brasileira, conforme já referido. Em 1992 as importações eram ainda baixas, representando menos de 6% do PIB. A abertura da economia terá sustentabilidade a partir do final de 1994,

quando o governo baixou para 20% o imposto de importação para os automóveis. A abertura da economia brasileira gera um aumento significativo da oferta. As empresas brasileiras que não tinham grande preocupação com a concorrência são “obrigadas” a inovar para conseguir se manter no mercado, e muitas delas não conseguem sobreviver.

2.3 GLOBALIZAÇÃO

A prática da globalização já é percebida no mercado há décadas, porém no Brasil o termo é recente. No momento em que as empresas bem desenvolvidas começaram a conduzir suas atividades em escala internacional, ou seja, instalando filiais em outros países, com o objetivo de atingir um mercado maior, as multinacionais deram impulso para a globalização ter maior expressão.

A globalização causa, principalmente, uma mudança da competitividade entre as nações. As empresas sólidas dos países desenvolvidos, com a abertura da economia da maioria dos países, começaram a se instalar em outros países, mantendo as suas raízes nos países de origem, desta maneira, as empresas dos países subdesenvolvidos, que normalmente não possuem tecnologia suficiente para ser competitiva, tiveram que investir em inovação para conseguir se manter no mercado.

Outro fator que acentua a globalização, é a criação da telecomunicação e Internet. Com o surgimento da internet, o mundo se comunica de forma ágil e fácil e em alguns segundos uma informação pode ser transferida do Brasil ao Japão, por exemplo.

Para os países subdesenvolvidos, a globalização os pegou de surpresa, pois com raras exceções, nenhum desses tinha empresas de porte internacional e com condições de competir.

A principal consequência da globalização no Brasil, após a abertura da economia, foi a redução da inflação, que foi sustentada por duas ancoras: cambio controlado (cuja taxa se manteve muito próxima da relação um para um até o final de 1998, com o intuito de estimular as importações) e juros elevados (basta

lembrar que a taxa básica de juros – a SELIC – chegou a 75% ao ano) com o objetivo de segurar o consumo.

As empresas brasileiras, como todas as outras, foram obrigadas a se preocupar com inovação e tecnologia.

2.4 INDICADORES DE COMPETITIVIDADE

A noção de competitividade diverge entre vários autores. Muitos estudiosos consideram impossível entender competitividade sem relacionar com o comércio exterior. Existem diversos conceitos para medir a competitividade de uma indústria ou país.

2.4.1 Conceito Desempenho

A visão mais simplificada relaciona a competitividade ao desempenho das exportações industriais. Esta teoria analisa os efeitos sobre o comércio internacional. Considera que a empresa tem que ter seus produtos concorrendo no mercado exterior e sempre aumentando suas ofertas. Como exemplo para estes paradigmas, os NIC's asiáticos são ilustrados, pois tem expandido sua participação no mercado internacional.

Há autores, como Fajnzylber, (1988, p. 13), que concordam com o conceito de exportação relacionado à competitividade, porém afirmam que estes países devem ao mesmo tempo ajudar a melhorar o nível de vida de sua população.

Neste indicador desconsidera-se do crescimento observado das exportações específicas de um país, o efeito conjuntural internacional (taxa de crescimento do comércio mundial), efeito produto (evolução das transações internacionais do produto) e o efeito mercado (evolução das importações dos países de destino).

No conceito desempenho, analisa-se tanto a eficiência de indústria, como de países, sendo normalmente avaliado o total das exportações industriais.

Ao medir a competição interna do país, o conceito desempenho considera as importações ou o saldo entre importações e exportações.

2.4.2 Conceito Eficiência

Neste conceito, os autores consideram as diferenças de preços internacionais e também as diferenças internas de preço de um determinado país. Uma empresa é considerada competitiva quando o preço de seu produto final está abaixo do nível de preço do mercado analisado.

O conceito eficiência, não releva, porém, a taxa de câmbio e os demais mecanismos que afetam o preço de exportação.

Alguns autores deste conceito argumentam que muitas vezes, o produto que será exportado é superior ao que será vendido internamente no país. O “paradoxo de Kaldor” confirma que os países que melhoraram seus produtos para exportação pioraram seus produtos destinados ao mercado interno.

A competitividade medida a preço desconsidera a instabilidade do sistema financeiro internacional e também as alterações de preços que podem ocorrer à curto prazo, tornando o conceito eficiência abstrato.

2.4.3 Tecnologia

Autores como Schumpeter e Krugman, relacionam competitividade à eficiência produtiva. Analisam a tecnologia como o principal componente da evolução dos sistemas econômicos e do comércio internacional. Com a tecnologia é possível constantemente aumentar a cesta de produtos disponíveis e sempre melhorá-los.

Krugman (1986) reconheceu que é necessária a tecnologia para a evolução do comércio internacional, não sendo suficiente apenas a dotação dos recursos de cada país, e ainda analisa que as vantagens são temporárias devido à tecnologia, economia de escala e experiência acumulada e recomenda aos países em

desenvolvimento uma busca a construção de vantagens comparativas em relação ao mercado externo.

Adeptos da tecnologia como principal fator à competitividade, consideram que é necessário analisar as condições macro-econômicas, especificidades do setor em questão e as características das firmas que dominam o mercado.

2.4.4 Salários

Uma medida global é considerada por poucos autores. Para estes estudiosos, o salário é o indicador mais utilizado para medir a competitividade. Cline (1986) relaciona a perda de eficiência da siderurgia e automobilística americana aos aumentos de salários. O Banco Mundial, inclusive, ressaltou que os altos salários mínimos em países desenvolvidos estão causando desemprego. Estes autores acreditam que altos salários incentivam as empresas a se instalarem em países com mão de obra mais barata.

Bienkowski (1988), descreveu que os salários aumentam a longo prazo, sempre acompanhando o crescimento da competitividade.

2.4.5 Produtividade

A produtividade é também tomada como indicador de eficiência. O crescimento da produtividade de determinada indústria está relacionada positivamente ao aumento de concorrência. Esta medida é, sem dúvida, um fator importante da competitividade, porém como todos os outros indicadores, não podem ser desconsiderados ou utilizados aleatoriamente. É necessário relevar o número de horas trabalhada e a qualidade do produto em questão.

2.4.6 Condições Gerais de Produção

Raramente os diversos indicadores de competitividade mencionados são analisados conjuntamente, ou seja, que indiquem que a indústria ou país é ou não eficiente. Recentemente, a Confederação Nacional da Indústria (CNI, 1988), apresentou um documento medindo concorrência com eficiência e produtividade. “A competitividade – entendida como promoção de maior eficiência e produtividade – pode ser observada através de dois grupos de indicadores: medida de inserção no mercado mundial – crescimento das exportações, participação relativa do volume do comércio mundial, etc.; medida de eficiência na utilização de recursos – produtividade de mão-de-obra, retomo de capital, indicadores de crescimento e nível de atividade, investimento em tecnologia”. Considera, assim, a medida de competitividade tanto com indicadores de eficiência como do desempenho do comércio internacional.

Haguenauer, Lia (1989) em sua resenha “Competitividade: conceitos e medidas” definiu competitividade “como a capacidade de uma indústria (ou empresa) produzir mercadorias com padrões de qualidade específicos, requeridos por mercados determinados, utilizando recursos em níveis iguais ou inferiores aos que prevalecem as indústrias semelhantes no resto do mundo, durante um certo período de tempo”.

Bens com baixos níveis de qualidade serão competitivos se conseguirem ter um custo reduzido, sustentável a médio prazo e principalmente, se garantir um mercado permanentemente para este produto. Em contrapartida, bens com alta tecnologia e qualidade, necessita de constante inovação, pesquisa e desenvolvimento, mantendo uma concorrência contínua.

3 VANTAGENS DA COMPETITIVIDADE

No capítulo anterior foi analisada a competitividade como um aspecto construtivo do capitalismo, da globalização e procurou-se demonstrar as diferentes teorias existentes para medir a eficiência de uma indústria ou país.

Neste capítulo, estaremos compreendendo o significado da constante busca das vantagens competitivas, os trunfos utilizados pelas empresas para se tomarem e se manterem competitivas no mercado. Inicialmente, faremos considerações sobre o mercado, a respeito de oligopólio, monopólio e da concorrência em preços e então entenderemos as duas formas de vantagens competitivas: vantagens de custos e de diferenciação de produtos.

3.1 ANÁLISE DE MERCADO

Para este capítulo, iremos tomar como exemplo o aumento de competitividade gerado no Brasil com a abertura da economia na década de 90.

Um maior ambiente de competição gera uma queda de preços dos bens e serviços em geral e uma maior opção de produtos disponíveis ao consumidor, assim sendo, a curva de demanda de bens e serviços passa a ser mais elástica a preço. Com uma maior gama de produtos disponíveis ao consumidor, gera uma sensibilidade maior da demanda em relação a preço.

O ofertante não pode facilmente aumentar seu preço quando a demanda se torna mais elástica. Para sobreviver, é importante que a empresa diminua seu custo unitário para acompanhar a redução de preços (gerada pela competição) e manter seu lucro. Com a abertura da economia brasileira, o consumidor ganhou, pois a qualidade e a gama de bens e serviços aumentou e conseqüentemente o preço diminuiu. Em contrapartida, o produtor teve que aprender a competir.

Para produtos homogêneos é necessário a redução do custo médio e também investir em tecnologia, tentando diferenciar ao máximo o seu produto e obtendo, assim, uma curva mais inelástica a preço.

Para um melhor entendimento dos fatores que serão analisados neste capítulo, é essencial a compreensão de oligopólio, concorrência perfeita, imperfeita e monopólio.

Na economia capitalista, existem diversos tipos de estruturas de mercado. Quando poucas empresas detêm o controle da maior parcela do mercado, denominamos, oligopólio. Nesta estrutura, as incorporações, a eliminação de pequenas empresas, pela fusão entre empresas origina a concentração da propriedade em poucas empresas de grande porte.

Os economistas clássicos criaram o modelo de concorrência perfeita. Este modelo apresenta que é necessário ter um número suficientemente grande de produtores, que produzem individualmente uma quantidade pequena de produtos em comparação ao volume total, sendo estes incapazes de determinar uma baixa no preço dos bens e serviços; o mercado é completamente conhecido pelos vendedores e compradores; não existe, na concorrência perfeita, economia de escala, barreiras aos empresários e à livre movimentação dos fatores. Pelo lado da demanda, este modelo impõe, um grande número de compradores, sendo assim, incapazes de determinar aleatoriamente uma variação nos preços; nenhum problema de locomoção; homogeneidade de produtos, sendo indiferente demandar um bem de um ofertante ou outro.

Na estrutura de mercado em que uma única empresa domina a oferta de bem ou serviço do mercado, consideramos monopólio. Raramente encontramos esta estrutura. Normalmente, ocorre a união das empresas de estrutura oligopolista, que formalizam um acordo para a sua atuação coordenada, visando interesses comuns, esta prática é denominada cartel. As empresas que aderem à esta prática devem respeitar as regras determinadas pelo grupo, porém adquirem independência e individualidade, aceitando a divisão de mercado combinada e os preços estabelecidos. O cartel deve ser mantido em sigilo, pois não é legalmente correto.

A situação mais comum no sistema capitalista é a concorrência imperfeita. Esta estrutura de mercado é uma intermediação entre a concorrência perfeita e o monopólio absoluto. Caracteriza-se da possibilidade da oferta influenciar a

demanda e os preços através da diferenciação de seus produtos, publicidade, tecnologia, dumping, entre outros fatores que serão analisados posteriormente.

3.2 A EMPRESA DEVE SER MAIS COMPETITIVA

Com o aumento da competição decorrente da abertura da economia brasileira, as empresas devem se esforçar para se manter no mercado. Os três principais fatores para a empresa ser competitiva são:

3.2.1 Qualidade dos bens e serviços

Com o aumento da concorrência do mercado brasileiro, o consumidor começou a se conscientizar, exigindo cada vez mais uma melhor qualidade dos produtos que consomem. Em 1991 foi adotado o Código de Defesa do Consumidor. Muitos produtos brasileiros ainda perdem suas vendas para o mercado internacional devido a qualidade inferior, como por exemplo, trigo, algodão, entre outros. Para conquistar e principalmente fidelizar a demanda, é necessário “produzir, barato, algo diferenciado” (MENDES, J.T.G, 2003).

O produtor agora precisa adequar seu preço ao seu custo de produção e ao que o consumidor está disposto a pagar.

3.2.2 Redução do Custo Unitário

O aumento da produtividade reduzirá o custo médio de produção, conseguindo, desta maneira, diminuir o preço do bem ou serviço, como citado anteriormente.

3.2.3 Aumento de Produtividade dos Recursos

Através de tecnologia, a empresa pode se tornar mais produtiva, conseguindo com um mesmo período de tempo, ou com uma mesma quantidade de recursos produzir um volume maior.

3.3 A CONCORRÊNCIA EM PREÇOS

A concorrência, desde o início do capitalismo, é uma excelente ferramenta utilizada para conter o aumento de preços. Um aumento de preços para determinada mercadoria, atrai capitalistas a investirem neste mercado levando a médio e longo prazo uma redução dos preços deste produto. Considerando desta maneira, o principal mecanismo regulador do mercado são os preços, determinando as decisões de demanda e oferta de bens e serviços que, independentemente, interagem entre si.

Com o surgimento das estruturas de mercado oligopolista, muda-se a visão em que preço, oferta e demanda determinam o mercado. Neste mercado há, de certa maneira, rigidez dos preços, ou seja, não há estímulo para uma empresa aumentar sozinha o preço porque as demais empresas não a seguem e neste caso ela perderia mercado (a curva de demanda é relativamente elástica a preço), como também não há incentivo para ela diminuir preço porque as demais seriam forçadas a baixar, o que significaria guerra de preços e isso só beneficiaria os consumidores (neste caso, a curva de demanda é relativamente inelástica). É por isso que se diz que a curva de demanda para uma empresa, na situação de oligopólio, é quebrada.

Steindl (1952, cap.III) sugeriu a expectativa dos produtores em relação a uma evolução do mercado é também motivo para explicar a rigidez de preços. Percebe-se, que em alguns casos, é melhor evitar a entrada de concorrentes, e em casos de novos mercados, deve-se considerar os efeitos de longo prazo dos

preços sobre a demanda. Por um tempo, é interessante que o produtor mantenha o preço baixo fortalecendo sua marca no mercado sem a entrada de concorrentes.

No mercado oligopolista, ao decidir o preço de suas mercadorias, é necessário que o produtor tenha conhecimento da reação de seus concorrentes. Quando uma alteração de preço não está diretamente relacionada a uma diminuição de custos, normalmente seus concorrentes irão acompanhar esta redução nos preços.

Com melhor qualidade dos produtos e serviços, menor custo unitário de produção e maior produtividade dos fatores, a empresa consegue se diferenciar no mercado, produzindo com qualidade e com preço reduzido.

A relação entre tecnologia, maior produtividade dos fatores de produção e redução dos custos unitários (isto é, custo médio de produção) pode ser evidenciada pela equação a seguir:

$$\text{Custo Médio} = \frac{\text{Custo Total}}{\text{Produção}}$$

Por simplicidade, se admitirmos que é possível produzir um determinado produto com apenas um fator de produção (isto é, um insumo, o que é difícil no mundo real), o custo total seria igual a $P_x \cdot X$, ou seja, o preço unitário do insumo (P_x) multiplicado pela quantidade utilizada deste insumo (X). Neste caso, a produção ou quantidade produzida pode ser expressa por Q e o custo médio por CMe . Assim, tem-se:

$$CMe = \frac{P_x \cdot X}{Q} = \frac{P_x}{Q/X}$$

Como a relação Q/X representa a produtividade (produção por unidade de insumo), tem-se que o custo médio é inversamente proporcional à produtividade e proporcional aos preços dos insumos.

No momento em que uma empresa decide diferenciar-se, para atender melhor seus clientes, esta o faz ou melhorando a qualidade de seu produto

perante seus concorrentes ou reduzindo seus preços abaixo do valor de mercado. É importante, porém, que a atitude tomada não possa ser imitada de imediato. Em uma situação de oligopólio, qualquer avanço da empresa provavelmente acarretará em uma reação ofensiva dos concorrentes.

Considerando que o produtor só tem controle de seus custos de produção, é necessário que faça um alto investimento em tecnologia para conseguir diminuir seu custo médio. Uma empresa produtiva consegue reduzir seus custos médios, podendo melhor remunerar seus funcionários (o que normalmente ocorre em países desenvolvidos).

A seguir o gráfico da relação entre custo unitário e produtividade (figura 1).

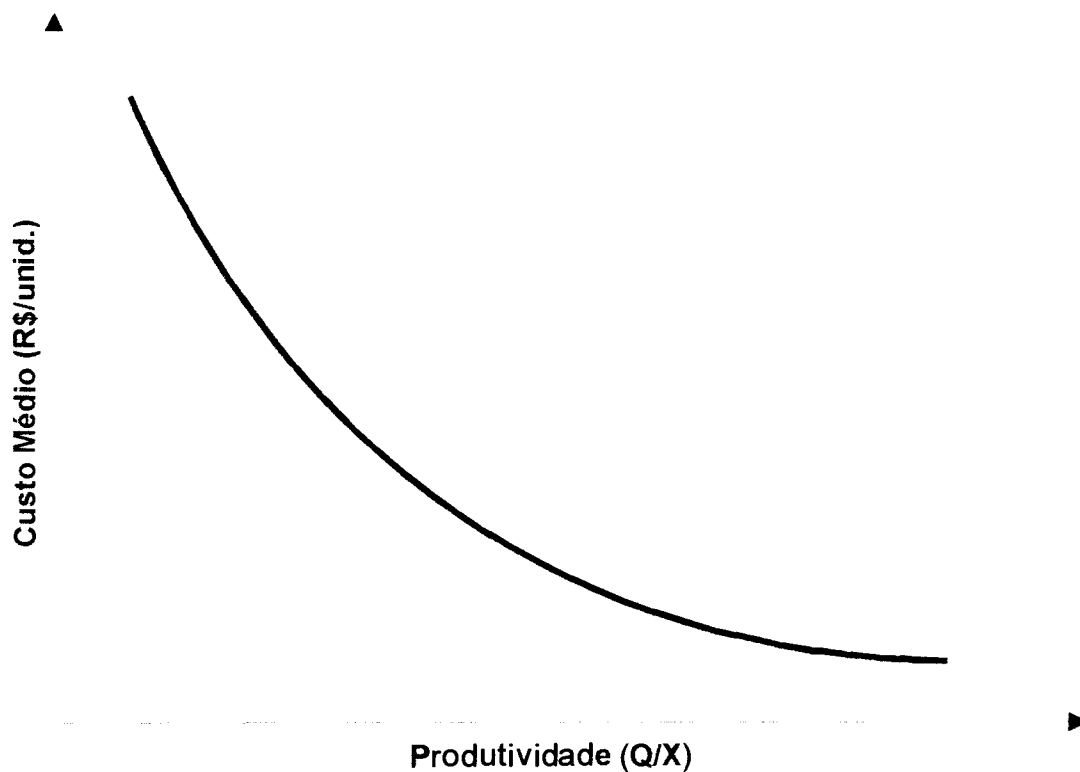


FIGURA 1 – RELAÇÃO ENTRE CUSTO UNITÁRIO E PRODUTIVIDADE

3.4 TECNOLOGIA

A tecnologia implica em processos produtivos para gerar bens e serviços. Por exemplo, a descoberta de uma máquina que produz em um mesmo tempo um maior número de bens, desloca a curva da oferta para a direita. A produção é a transformação do conjunto de fatores em bens e serviços.

Em um mercado competitivo as empresas necessitam baixar custos unitários através da adoção de novas tecnologias no processo produtivo (tomado a oferta mais elástica) ou diferenciado os bens e serviços que produzem, via a tecnologia no produto (tornando a demanda mais inelástica).

É necessário obter conhecimento pleno das técnicas de produção, as quais consistem no *know-how* (conhecimentos empresariais, administrativos, tecnológicos e culturais) e nos meios físicos (que transformam os recursos em bens e serviços satisfazendo as necessidades humanas).

O nível de bem estar dos seres humanos são limitados pelas técnicas de produção, devido às quantidades e qualidades dos recursos disponíveis. A descoberta de novas variedades de cultivo, aprimoradas raças de animais, melhores equipamentos e máquinas são alguns exemplos. O aperfeiçoamento da combinação dos fatores de produção também refere-se à tecnologia. Podemos também entender como tecnologia, uma melhor administração dos recursos.

O aumento da oferta deve-se principalmente à inovação tecnológica, sendo a chave para o sucesso. A inovação da tecnologia é definida como um conjunto de condições que capacitam as firmas, tanto a gerarem maior produção com a mesma quantidade anterior de insumos, e/ou a obterem o mesmo nível de produção anterior com uma quantidade menor de insumos.

A tecnologia deve gerar uma elevação da produção proporcionalmente maior que o aumento do custo total, só assim sendo viável, de tal modo que resulte numa redução do custo médio de produção. Desta forma, uma boa tecnologia é aquela que resulta em processos de produção com custos unitários menores. Com a abertura da economia gerando um maior ambiente competitivo, as empresas cada vez mais se tomam tomadoras de preços, assim sendo, para sobreviver é essencial

uma redução do custo médio. Para conseguir uma redução deste custo unitário, é necessário investimentos do processo produtivo.

3.4.1 Tecnologia no Produto e no Processo

A tecnologia pode tanto ser utilizada no processo de produção como também centrar apenas no produto, ou obviamente, em ambos. No caso de um investimento em tecnologia focado no processo de produção, que está diretamente relacionado com a oferta, acarretará apenas, em custos unitários de produção menores, neste caso, a empresa pode produzir com o mesmo insumo, uma quantidade maior de produtos. Como exemplo, podemos considerar a aquisição, pela empresa, de uma máquina para produzir em série determinado produto, mantendo o produto inalterado, porém, com uma produção final maior. Assim sendo, estará aumentando a produção sem alterar o produto final, reduzindo o custo médio podendo até diminuir o preço do produto ao consumidor. No caso de uma tecnologia voltada ao produto, a relação é direta com a demanda, a tecnologia irá alterar o produto ou em sua aparência, ou em suas características, tentando torná-lo mais atrativo ao consumidor, diferenciando o produto para que os consumidores tenham maior interesse. Neste caso, ao diferenciar o produto, o ofertante tenta conseguir uma maior fidelidade do consumidor. Em muitos casos, os consumidores aceitam pagar mais por um produto que tem um diferencial.

Para compreender os efeitos positivos da tecnologia, segue figura 2. Como exemplo (Mendes, J.T.G, 2004), admita na agricultura a substituição de semente comum por semente híbrida (que tem maior potencial de produção). Dada a quantidade de um insumo X (por exemplo, 300 kg de fertilizantes), a produção por hectare, que antes era de apenas 4 mil kg, pode aumentar para 7 mil kg (ou seja, é possível elevar a produção com a mesma quantidade de um determinado insumo). Lembrando que a ciência econômica tem como um de seus objetivos economizar os produtos escassos, a tecnologia tem, desta maneira, um papel importante. Com o uso da semente híbrida pode-se produzir a quantidade anterior (4 mil kg/ha) com uma menor quantidade de insumo (fertilizante: talvez, apenas 200 kg).

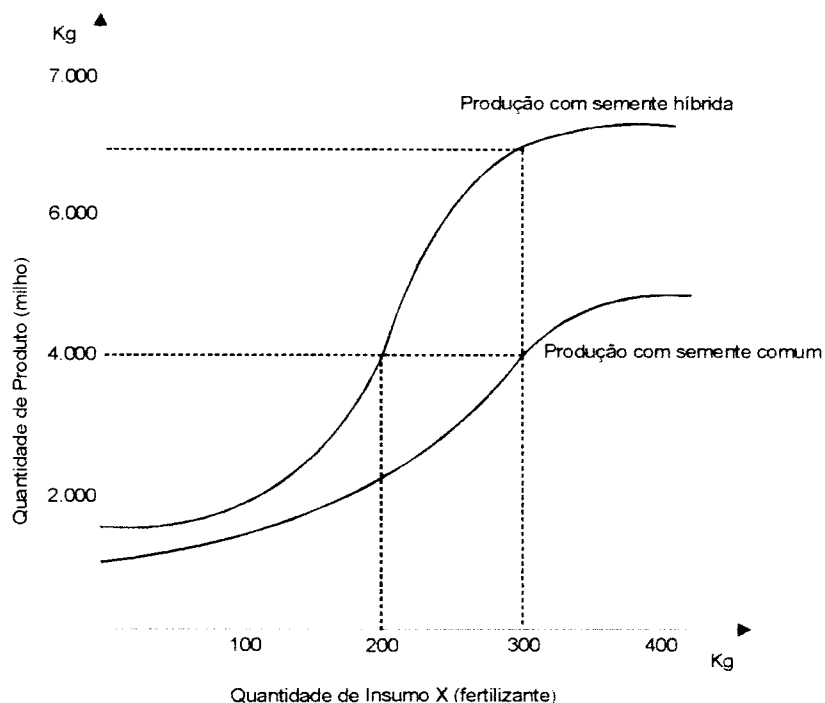


FIGURA 2 – EFEITO DA ADOÇÃO TECNOLÓGICA SOBRE A PRODUÇÃO

3.4.2 Efeito Econômico da Tecnologia no Processo

Principalmente no longo prazo, a tecnologia interfere consideravelmente na oferta de bens e serviços. Inovação tecnológica pode ser definida como a união das condições que capacitam as firmas a criarem, com a mesma quantidade de insumos anterior, uma maior produção.

Graficamente, a tecnologia gera um deslocamento para cima da função de produção e, assim sendo, das curvas de produto físico marginal (PFMg) e de produto físico médio (PFMe). Dadas as relações inversas entre PFMg e custo marginal (CMg) e entre PFMe e custo variável médio (CVMe) e também com o custo total médio, a curva de CMg desloca-se para a direita (de CMg_0 para CMg_1), a de CVMe desloca-se para baixo (de $CVMe_0$ para $CVMe_1$) e, conseqüentemente, a curva de oferta de mercado se desloca para a direita (de S_0 para S_1), conforme

apresentado na Figura 3.

A firma que consegue ser pioneira na introdução de tecnologia consegue reduzir seus custos e obtêm lucros maiores, conseqüentemente, as firmas concorrentes são obrigadas a também inovar tecnologicamente para se manterem no mercado. Entretanto, à medida que um número mais elevado de empresas adotarem a nova tecnologia, a curva de oferta se desloca para a direita. Assim sendo, o resultado final da inovação tecnológica é uma diminuição dos custos unitários de produção e no preço do produto (de P_0 para P_1) e uma elevação na oferta de mercado de Q_0 para Q_1 . A adoção de uma nova tecnologia quase sempre está associada ao aumento nos custos totais. Entretanto, esta tecnologia só será considerada economicamente viável se provocar um aumento da produção proporcionalmente maior do que a elevação no custo total, de tal modo que resulte numa redução dos custos médios. Desta forma, uma boa tecnologia é aquela que faz com que os custos unitários sejam menores.

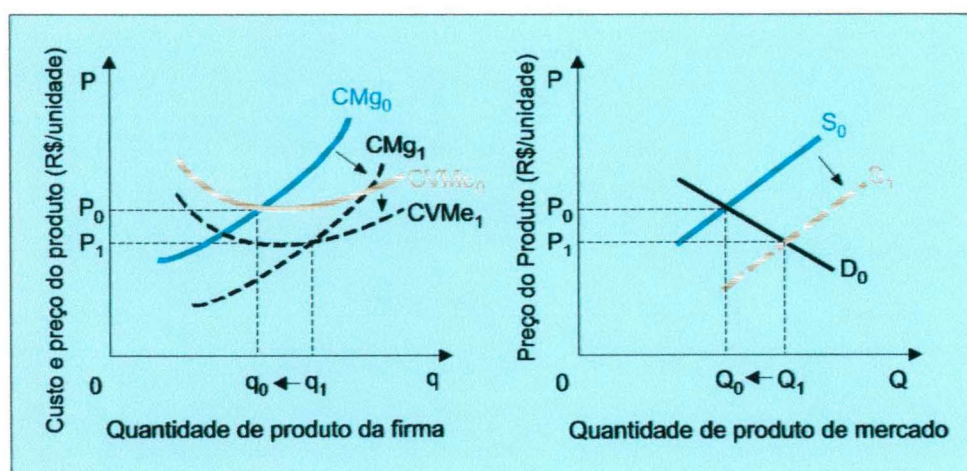


FIGURA 3 -EFEITO DA ADOÇÃO DE TECNOLOGIA SOBRE AS CURVAS DE CUSTOS DAS FIRMAS E A OFERTA DE MERCADO

A tecnologia tanto desloca a curva de oferta para a direita como também a torna mais elástica, assim sendo, com um pequeno aumento no preço o produtor tem grande capacidade de elevar em muito a produção.

3.4.3 Efeito Econômico da Tecnologia no Produto

Em um ambiente competitivo, apostar na tecnologia do produto é uma boa alternativa para se manter no mercado. Como citado anteriormente, esta possibilidade de investimento, sendo bem utilizado, resulta em um produto diferenciado, normalmente conseguindo transmitir uma imagem de melhor qualidade, atraindo o consumidor. Quando a firma consegue atingir a demanda por ter um produto diferenciado, normalmente, não precisa abaixar o preço e em alguns casos pode até elevar um pouco o preço em relação aos concorrentes, porém não perde mercado, pois os consumidores se tomaram fiéis. Um bom exemplo, é o caso do Suco Del Valle, há aproximadamente oito anos, quando chegou no mercado brasileiro, não havia concorrentes em relação à qualidade do produto e desta maneira, conquistou grande parte do mercado nacional (chegando a quase um quinto do mercado brasileiro de sucos), apesar de ser mais caros relativamente aos preços dos concorrentes. Apenas nos dois últimos anos, os concorrentes investiram tentando atingir qualidade similar.

A empresa que diferencia seu produto através de tecnologia no produto, toma a demanda de seu produto mais inelástica (Figura 4).

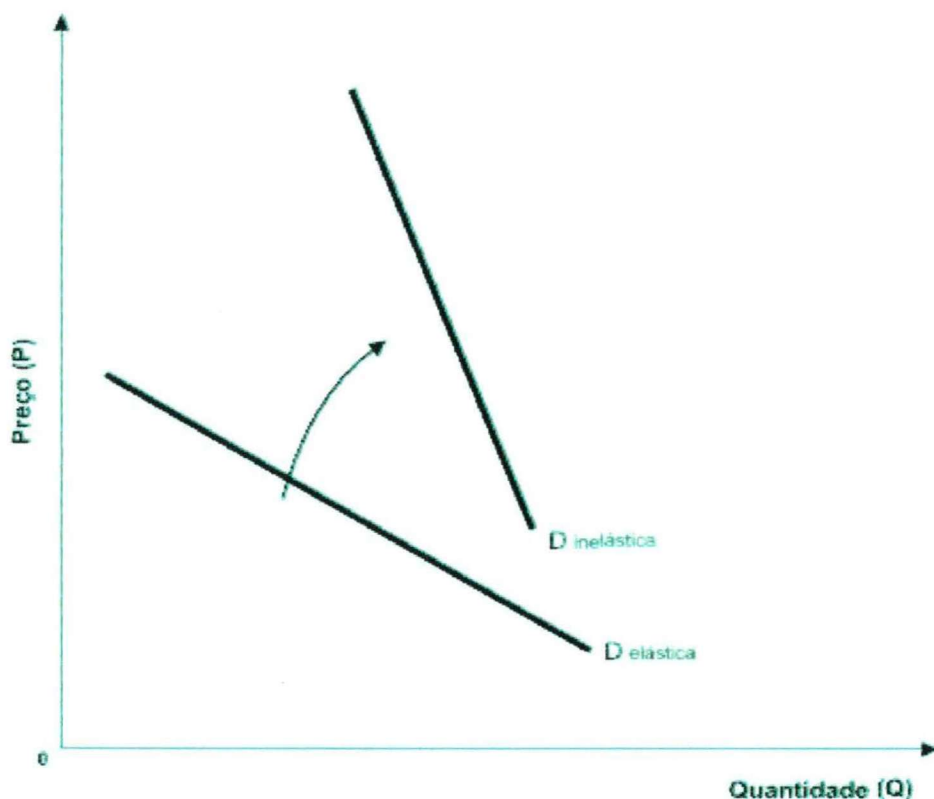


FIGURA 4. CURVA DE DEMANDA MAIS INELASTICA (PRODUTO MAIS DIFERENCIADO), VIA TECNOLOGIA NO PRODUTO.

3.5 CURVAS DE CUSTO DE LONGO PRAZO

Até o momento, o processo foi analisado nas curvas de custo de curto prazo. A partir de agora, a análise será feita nas curvas de custo de longo prazo, em que a planta da indústria pode sofrer alterações. O longo prazo mostra o custo de produzir quantidades diferentes do produto em plantas de diferentes tamanhos. No longo prazo, a empresa tem flexibilidade da combinação dos fatores de produção. Por exemplo, uma empresa pode, no longo prazo, se perceber necessidade, construir uma nova planta industrial, ou ampliar a existente, pode também alterar o número de funcionários e de matéria prima.

A curva de custo médio de longo prazo é a curva de custo total dividida pela quantidade do produto. Esta curva é negativamente inclinada, no intervalo de tempo em que o nível de produção é relativamente pequeno, tomando-se

horizontal em um intervalo grande de produção, na medida em que este aumenta. A Figura 5 mostra diferentes tipos de curvas de custo médio no longo prazo e esses formatos de curvas resultam de estudos detalhados nos Estados Unidos para alguns tipos de empresas que produzem bens e serviços, tais como: geração de energia elétrica, produção de alumínio, transportadoras e serviços hospitalares.

3.5.1 Economia de Escala

A economia de escala existe “quando o aumento do volume de produção de um bem por período reduz os seus custos” (Possas, S. 1999). “Diz-se que há economia de escala quando o custo médio de produção (CMe) diminui, com um maior volume produzido (q) pela empresa. À medida que o tamanho ou escala de operação de um empreendimento se torna maior, via de regra os custos médios tendem a cair, atingindo um mínimo, e depois podem até voltar a subir, assumindo, neste último caso, a chamada deseconomia de escala” (Mendes, J. 2004).

Assim sendo, há economia de escala no momento em que decresce o custo médio, em decorrência do aumento da quantidade. Em contrapartida, há deseconomia de escala, quando o custo médio crescer com o aumento da quantidade produzida. Desta maneira, ocorre deseconomia de escala, quando uma elevação da quantidade, gerar um aumento do custo médio.

Os fatores que dão origem a economia de escala são a divisão e especialização do trabalho, os preços das matérias primas e demais insumos, indivisibilidade de operações financeiras e indivisibilidade de equipamentos.

Na divisão e especialização do trabalho, quanto maior a empresa, mais especializados os funcionários devem ser, pois em uma empresa pequena, um mesmo funcionário realiza diversas tarefas, ao contrário de uma empresa grande.

No caso dos preços dos insumos, uma empresa que produz um volume grande, consegue descontos e preços reduzidos nos insumos por adquirir um volume maior.

No tocante à Indivisibilidade de operações financeiras, a maior facilidade

de obtenção de empréstimos junto aos bancos e até de juros menores é maior para empresas grandes do que para as pequenas.

Quanto à Indivisibilidade de equipamento, uma empresa grande consegue utilizar as máquinas e equipamentos em sua capacidade máxima, se possível em três turnos. Para empresas de pequeno porte, adquirir máquinas e equipamentos, normalmente aumenta em muito o custo fixo médio tornando inviável na maioria dos casos.

Na economia de escala, há uma redução do custo médio com o aumento de produção, como demonstrado na Figura 5.

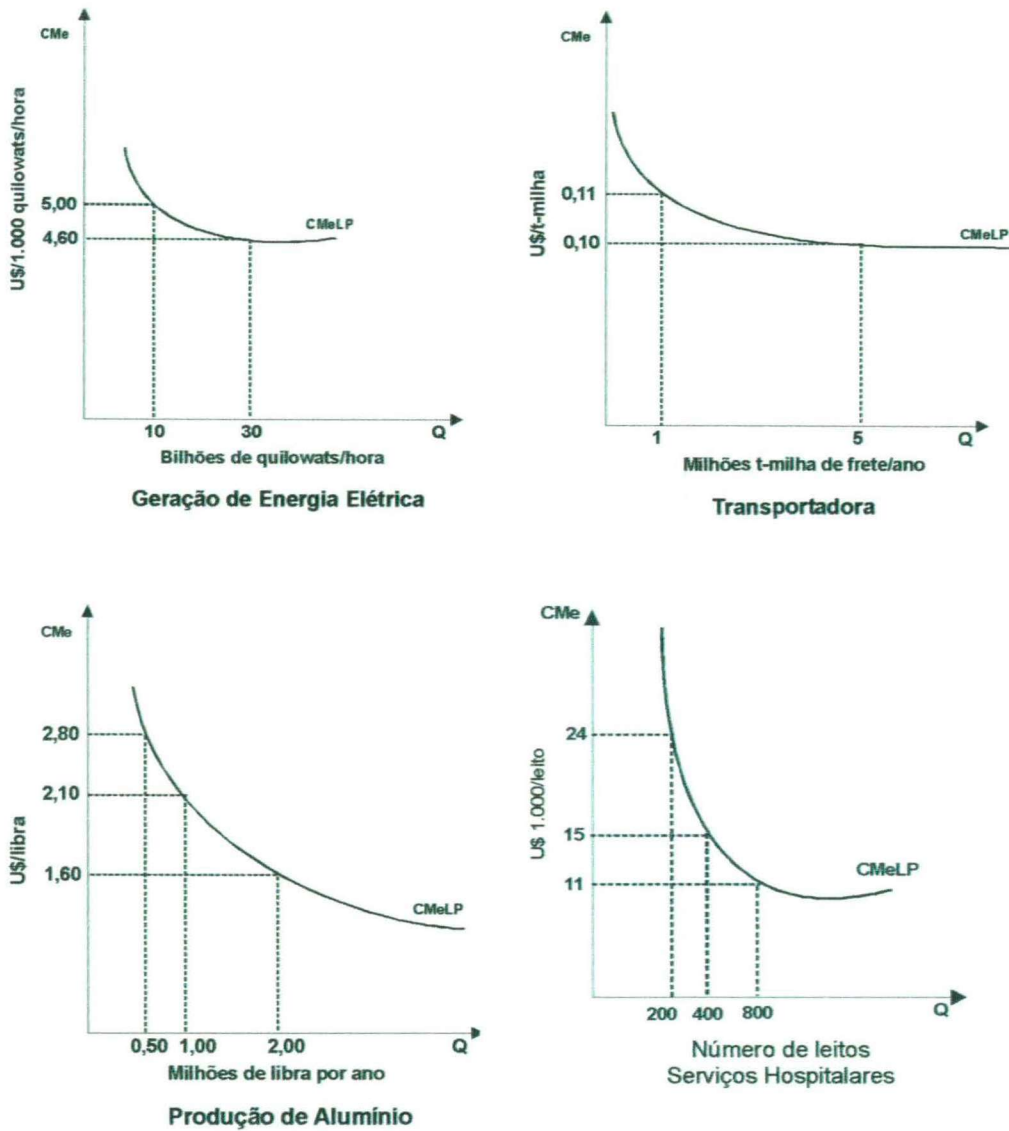


FIGURA 5 - CURVAS DE CUSTO MÉDIO DE LONGO PRAZO PARA QUATRO DIFERENTES TIPOS DE EMPRESAS, NOS ESTADOS UNIDOS

A diminuição do custo médio normalmente ocorre devido a uma distribuição dos custos fixos em uma quantidade de produtividade mais elevada. Considerando que o custo fixo não varia de acordo com a produção, pois independente da quantidade produzida este irá existir, quanto mais bens e serviços a empresa produzir menor será seu custo fixo médio.

3.5.2 Economia de Escopo

Economias de escopo “são economias de escala referidas a um conjunto de bens e não apenas um só” (Possas, S. 1999). Como vimos anteriormente, a melhor solução para uma empresa se manter no mercado é a redução do custo médio, e que, para atingir esta redução as formas são economia de escala e tecnologia. Porém, existe mais uma forma de atingir uma redução do custo médio. Quando a empresa consegue produzir uma variedade maior de produtos em uma mesma planta industrial, a empresa estará diluindo seus custos fixos e conseqüentemente reduzindo seu custo médio, esta variedade de produtos em uma mesma planta industrial, denominamos economia de escopo.

Existem muitas empresas que produzem diversos bens em uma mesma planta industrial. Estes produtos podem estar interligados, como por exemplo, uma universidade que oferece cursos de graduação e pós-graduação, como também podem não ter relação alguma. Independentemente, em ambos os casos, a empresa pode ganhar ao decidir produzir em um mesmo local. Neste caso, a empresa estará aproveitando a mesma construção, luz, administração, espaço comunitário de funcionários e outras instalações, como também pode utilizar a mesma distribuição, marketing.

A economia de escopo pode gerar uma redução do custo total médio. Muitas vezes, a empresa consegue utilizar uma mesma máquina (normalmente cara) para produzir diferentes produtos, como é o exemplo da Sadia e da Perdigão, que utilizam um mesmo frigorífico para as carnes de frango e suína, e da mesma maneira, utilizam a mesma distribuição, marketing, administração e instalações, reduzindo muito seus custos.

Tanto a economia de escopo quanto a economia de escala, podem ser encontradas também no comércio e serviços, por exemplo, hipermercados.

3.5.3 Redução de Custo via Curva de Aprendizagem

Os rendimentos crescentes de escala de produção são usados para explicar por que uma grande firma tem custos médios inferiores, a longo prazo, a

uma empresa de menor porte. Isto ocorre, pois ao produzir, uma empresa utiliza inúmeros fatores de produção, ao duplicar a quantidade destes insumos, a empresa estará obtendo rendimentos crescentes de escala. O aumento da produtividade se dá por ter uma relação positiva com a especialização e a divisão do trabalho. Porém, a redução dos custos médios, a longo prazo, não ocorre com certeza apenas devido aos rendimentos decrescentes de escala, pode também ocorrer, devido à curva de aprendizagem. A curva de aprendizagem, refere-se, “ao fato de os administradores e a mão-de-obra absorverem, aos poucos, as novas tecnologias, à medida que forem tendo maior experiência em suas tarefas diárias” (Mendes, J., 2004). Assim sendo, quanto maior a prática de capitalistas e funcionários com as novas tecnologias, menor podem se tornar os custos médio e marginal. Isto ocorre devido a quatro motivos fundamentais.

1) Inicialmente, no momento de aprendizagem de um tecnologia nova, os funcionários precisam de mais tempo para realizar a tarefa, porém, com o passar do tempo, começam a adquirir mais experiência e realizam o processo em menos tempo;

2) Para os administradores, também é necessário tempo para concretizarem seus cargos com maior eficiência;

3) Ao desenvolverem projetos, os engenheiros, com o tempo, aperfeiçoam os projetos iniciais, e devemos considerar também, as novas tecnologias que são criadas nesta área, ajuda a melhorar a qualidade deste serviço, podendo resultar em diminuição de custos;

4) Os fornecedores das matérias primas também passam por este processo de aperfeiçoamento, ajudando ao tornar mais eficientes os processos exigidos pelo cliente.

Desta forma, as empresas adquirem experiência ao longo do tempo. Este processo é denominado curva de aprendizagem. Ao longo do tempo, descobre-se os erros e tenta, na medida do possível, concertá-los e conseqüentemente, este não se repete. Na curva de aprendizagem (Figura 6) apresenta-se uma diminuição de custo ao longo do tempo em que as empresas adquirem experiência e aumentando o conhecimento das novas tecnologias, elevando,

assim, a produção dos bens e serviços. Estes aumentos de produção, acumulados, podem ajudar a reduzir os custos médio e marginal.

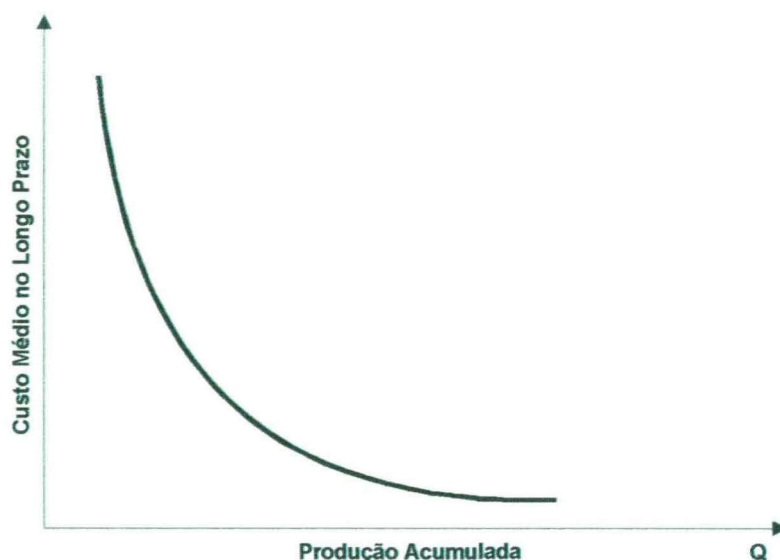


FIGURA 6 - CURVA DE APRENDIZAGEM: O CUSTO MÉDIO DE LONGO PRAZO CAI, À MEDIDA QUE A PRODUÇÃO ACUMULADA AUMENTA

Atualmente, com as inovações tecnológicas sendo inseridas constantemente, a curva de aprendizagem pode resultar em um círculo virtuoso.

Neste círculo virtuoso, há uma redução dos custos unitários, devido à elevação da produtividade; conseqüentemente, os custos unitários reduzidos, podem gerar uma diminuição do preço da mercadoria, não comprometendo os resultados financeiros; a redução dos preços, gera uma maior participação da empresa no mercado (*market share*) devido ao aumento da quantidade vendida, desta forma, a empresa deve produzir mais (economia de escala) para atender a demanda, elevando os lucros, podendo desta maneira, aumentar seus investimentos em máquinas, equipamentos, planta, pesquisa e desenvolvimento, marketing, entre outros, que no futuro resultará novamente em redução de custos médios. Assim sendo, a empresa poderá diminuir seus preços novamente, retornando ao ponto inicial.

4 O SUPORTE DA TEORIA ECONOMICA À COMPETITIVIDADE

Como percebemos anteriormente, o importante em um mercado competitivo, é reduzir os custos unitários. É necessário, relacionar a redução de custos á teoria econômica da produção. Assim, é necessário compreender as curvas de isoquantas. Várias combinações entre capital (K) e trabalho (L), utilizadas para a fabricação de determinada mercadoria é demonstrada em uma curva de isoquanta. Por exemplo, ao fabricar determinada mercadoria é possível combinando diferentes proporções de K e L (Figura 7).

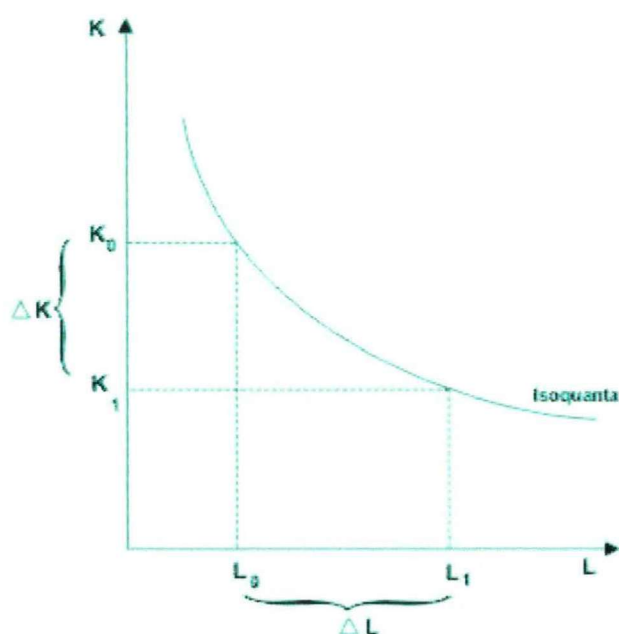


FIGURA 7 - MODELO DE ISOQUANTA NO PROCESSO PRODUTIVO

Para minimizar o custo deve-se conseguir atingir a melhor combinação entre capital e trabalho. Considera-se que para produzir uma determinada mercadoria, é possível diversas combinações entre capital e trabalho, assim, se

há um aumento no preço do trabalho, o empresário pode substituir por mercadoria, e da mesma maneira, tendo uma elevação no preço do capital, pode-se fazer uma substituição por trabalho. É importante considerar as leis trabalhistas brasileiras. Como já mencionado anteriormente (item 1.2), a abertura da economia pode influenciar, estimulando a intensificação da utilização de capital e trabalho, como ocorreu no Brasil entre 1994 a 1998.

A taxa de substituição de K por L é dada pela relação $\Delta K/\Delta L$, que é a declividade da curva. O custo total (CT) da firma é dada por:

$$CT = wL + rK$$

Onde w é o salário e r é a taxa de rendimento do capital.

Para minimizar o custo de um nível particular de produção, a firma deve escolher a combinação de insumos (L e K), de tal modo que a taxa de substituição ($\Delta K/\Delta L$) seja igual à relação de custo dos insumos (w/r), ou seja:

$$\Delta K/\Delta L = w/r$$

Graficamente (Figura 8) tem-se:

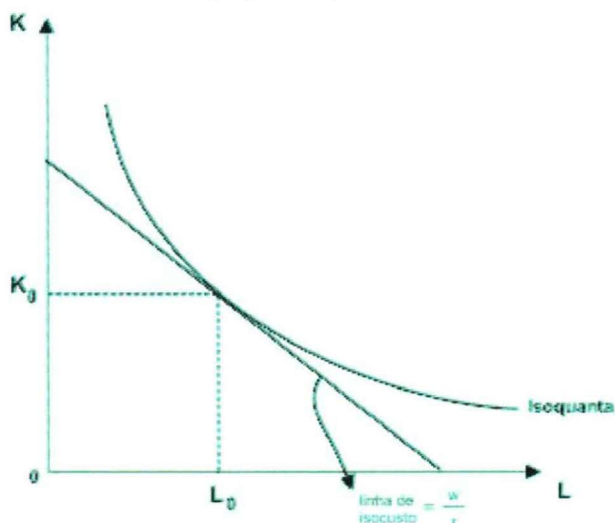


FIGURA 8 - ISOQUANTA E ISOCUSTO NO PROCESSO DE PRODUÇÃO

Um aumento nos salários (w) torna a linha de isocusto mais inclinada, fazendo com que o empresário use mais K e menos L (Figura 9).

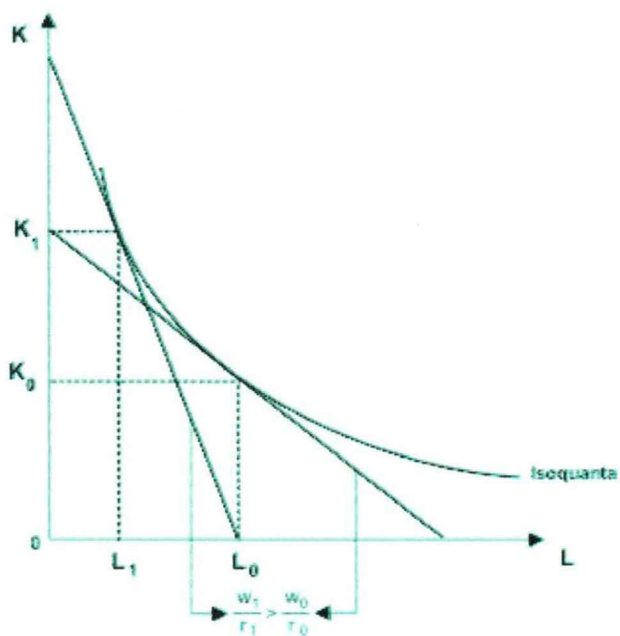


FIGURA 9 - NÍVEL ECONÓMICO DE USO DE 'K' E 'L'.

A tecnologia pode ser demonstrada também nas curvas de isoquantas (Figura 10).

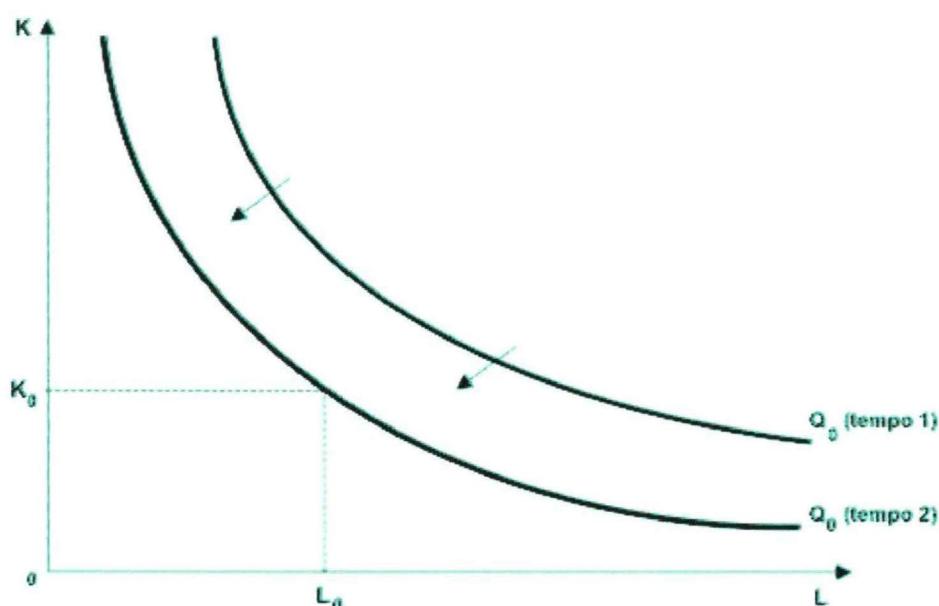


FIGURA 10 - EFEITO DA TECNOLOGIA NO USO DOS RECURSOS

Ao utilizar menos capital (K) e trabalho (L), ao mesmo tempo, obtém a produção Q_0 (no tempo 2), desta maneira, economiza recursos (escassos).

4.1 O CÍRCULO VIRTUOSO DA COMPETITIVIDADE

Como compreendido anteriormente, a empresa competitiva deve atingir três pontos fundamentais:

1) Produtividade cada vez maior, e para conseguir ser mais produtiva, a empresa deve investir em tecnologia;

2) Obter custo médio menor, pois quanto maior a produtividade, mais baixo deve ser o custo unitário.

3) Conseguir ter qualidade no produto. Com qualidade, o produto torna-se diferenciado, podendo até ser vendido por um preço mais alto. Como exemplo, podemos considerar, que no Brasil a indústria de pães, compra trigo no comércio internacional, pois a qualidade é melhor; as empresas de fiação e tecelagem importam o algodão, pois a fibra é melhor; os Estados Unidos compram o café da

Colômbia, porque consideram que a qualidade é superior. Assim sendo, podemos perceber, que não basta ter recursos naturais abundantes, é necessário produzir com qualidade, diferenciar a mercadoria.

Desta maneira, para conseguir mercado, é importante “produzir barato algo diferenciado” (MENDES, J. 2004). A firma dificilmente tem controle do preço de mercado, assim, deve investir em tecnologia, reduzindo seu custo médio e atingindo uma maior qualidade de seu produto. Podemos compreender melhor no gráfico do círculo virtuoso de competitividade.

O círculo virtuoso da competitividade é demonstrado na Figura 11, pois o início do processo pode começar em qualquer ponto.

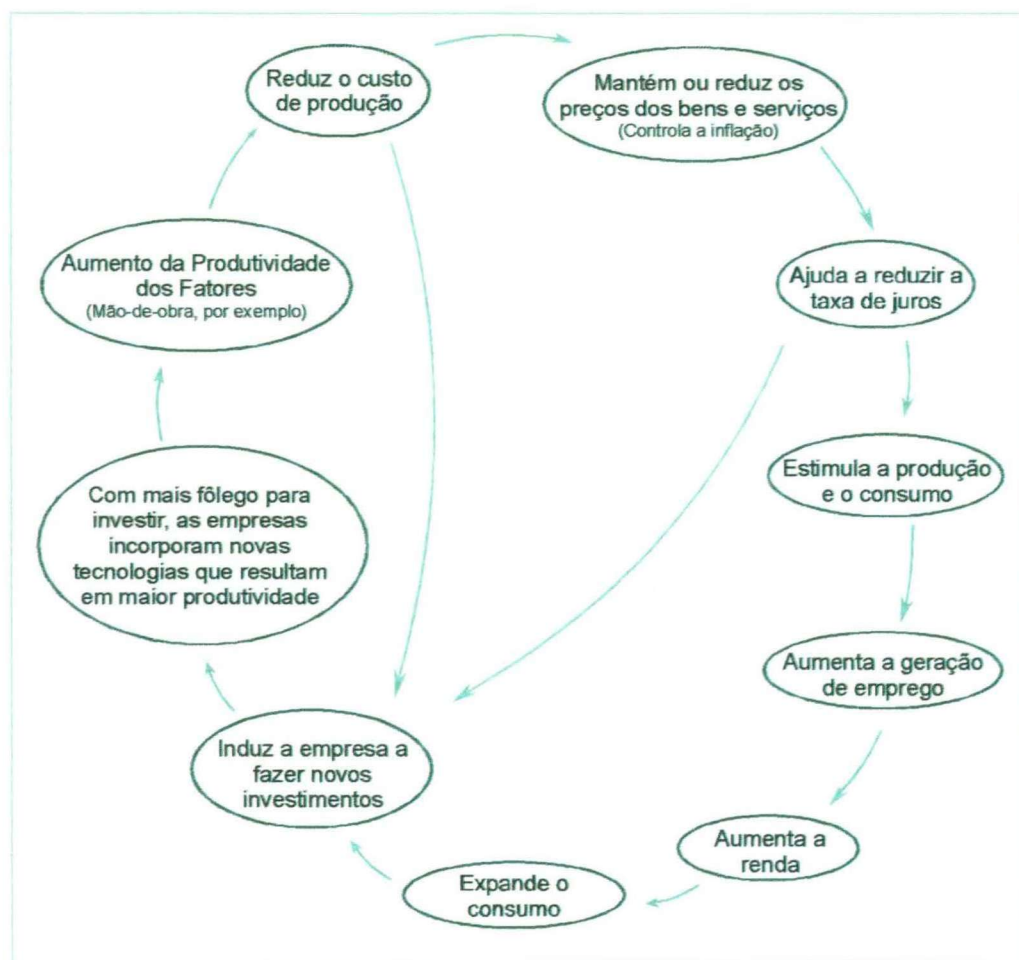


FIGURA 11 – CÍRCULO VIRTUOSO DE COMPETITIVIDADE

5 DESAFIOS PARA UMA EMPRESA SER COMPETITIVA NO BRASIL

No Brasil, é muito complicado para uma empresa de conseguir serem mais competitivas. O Banco Mundial, no Doing Business 2004 (Fazendo negócios 2004), considerou 133 países em suas habilidades para incentivar o crescimento econômico e emprego. “os estudos macroeconômicos colocam o foco sobre a inflação, as finanças, as políticas econômicas e a sustentabilidade da dívida dos pagamentos” (Veja, 28 de janeiro de 2004, por Eurípedes Alcantara e Chrystiane Silva). Infelizmente o resultado brasileiro foi péssimo. O Brasil foi considerado um país com legislação ruim e muito burocrático, atrapalhando e muito a atividade empresarial brasileira. O resultado é menor número de empresas e maior taxa de desemprego. Dos 133 países, o Brasil foi considerado o sexto pior no item burocracia ao abrir uma empresa, ficando em penúltimo nas qualidades das leis trabalhistas e tem a trigésima mais lenta justiça no mundo. Assim sendo, já não bastando o péssimo crescimento econômico devido à taxa de juros, o país ainda tem outros impecílios à geração de novas empresas e conseqüentemente, novos empregos.

Outro fator que dificulta a criação de novas empresas no Brasil, podemos considerar o baixo investimento em ciência e tecnologia. Comparando outros países com o Brasil no item pesquisa e tecnologia, o Brasil investe apenas US\$20/hab/ano. Em contrapartida, países como Japão, Alemanha e Estados Unidos, investem entre US\$ 500 a 600/habitante/ano. Ainda, no Brasil, apenas 30% dos investimentos desta área são feitos por empresas privadas. O investimento é apenas de 0,5% do PIB. Em países desenvolvidos, o investimento atinge 2,8% do PIB, e o setor público contribuem com 60%. Porém, o investimento nos últimos anos, em pesquisa e desenvolvimento tem, sem dúvida, aumentado significativamente, principalmente no setor privado.

A ineficiência é outro agravante da dificuldade de competição no Brasil. O custo de produção brasileiro é um dos mais altos do mundo, devido à baixa eficiência e do alto grau de desperdício. Como exemplos, podemos considerar a indústria de construção civil, que o número de perdas é aproximado a 30% e na

agroindústria que atinge 35%. E devemos considerar também que o tempo de entrega de mercadorias no Brasil é de aproximadamente 3 semanas, sendo que em países desenvolvidos, como o Japão, levam apenas 3 dias.

Um dos maiores agravantes dos problemas brasileiros, e por conseqüência, do índice baixo de competitividade brasileira, está na educação. O investimento do governo nesta área, em escolas públicas de ensino médio e fundamental, são de R\$ 350/aluno/ano, aproximadamente R\$ 1/aluno/dia. Infelizmente, a educação nunca recebeu dos governos a atenção que deveria. Em países desenvolvidos, o valor é superior a cinco mil dólares por aluno/ano. A grande transformação ocorrida no Japão, deve-se única e exclusivamente aos investimentos maciços em educação básica. Com a Revolução Meiji, o principal objetivo foi o de investir tudo na educação em tempo integral (das oito horas da manhã até às dezessete horas). Ou seja, em educação, o cidadão precisa ter quantidade e qualidade. Infelizmente, o Brasil não possui estes valores.

Para montar uma empresa, estas terão gastos em plantas industriais e comerciais. Infelizmente, este custo no Brasil é muito elevado, muito superior em comparação a outros países. Denominamos este custo de Custo Brasil. Este tem origem em infra-estrutura, na questão tributária e os relacionados com a questão monetária.

Os custos que têm origem na infra-estrutura são: transporte, portos, telecomunicações, entre os principais. O Brasil utiliza o meio de transporte de rodovias para praticamente todas as suas comercializações. Porém este meio de transporte, é muito elevado, só perdendo para o transporte aéreo. No final, os produtos encarecem demasiadamente, perdendo muitas vezes competitividade em outros países, ou com produtos importados aqui no Brasil.

O custo tributário brasileiro também prejudica muito as empresas brasileiras. São mais de 50 impostos e contribuições existentes, correspondendo a 36% do produto interno bruto.

Os custos relacionados aos juros (monetária), também são mais elevados que a maioria dos países. No Brasil, a taxa de juros de um financiamento de uma empresa, no Brasil, chega a 4% ao mês, enquanto que em países desenvolvidos,

esta taxa é ao ano.

Considerando o Custo Brasil, conseguimos compreender melhor o baixo valor das exportações brasileiras, que apesar de estar crescendo, ainda tem muito a melhorar.

6 A COMPETITIVIDADE BRASILEIRA: o Caso da Soja

A renda mundial está concentrada num número pequeno de países. Estas economias são: América do Norte, as nações da Europa Ocidental, Japão, Austrália e Nova Zelândia. Porém, na última década, o desempenho econômico das nações desenvolvidas não foi o esperado. Como exemplo, podemos considerar que os salários nos Estados Unidos diminuíram em termos reais; as taxas de desemprego cresceram nos países avançados da Europa e mesmo o Japão, passou por um período de estagnação na última década.

Em contrapartida, países em desenvolvimento estão conquistando o mercado mundial. Destes países podemos citar, a China, que com sua mão-de-obra barata tornou-se o país mais forte na concorrência de produtos que não exigem capital humano especializado. Esta potencia mundial já detém mais de 5% do comércio mundial.

Outro país que está ganhando espaço no mercado mundial é a Índia. Um país que tem uma cultura milenar e que até 1947 era uma colônia inglesa está crescendo economicamente de forma acelerada, 6% ao ano, e já tem um perfil de potencia na área da alta tecnologia. A Índia é um país emergente que conseguiu reduzir significativamente a taxa tributária, os juros, atingiu a estabilidade financeira, aumentou a oferta de crédito, a educação é focada em tecnologia, a qualidade das exportações melhorou, ajudando a atrair empregos e o governo simplificou a burocracia para a abertura de empresas.

Já o Brasil, tem conquistado o comércio internacional, menos expressivamente, porém atingiu o seu maior volume de exportações em 2003, em um volume total de US\$ 73 bilhões, ou seja, 2% maior que no ano anterior. Assim, sendo, se a economia brasileira dependesse apenas das exportações, o país teria crescido 2,7% no ano passado, ao contrário de 0,2%. A China, citada acima, tomou-se a terceira maior importadora de nossos produtos.

Agora, no início de 2004, em três novos produtos, carne bovina, soja e frango, o Brasil conquistou a liderança mundial. O país também já tem o pódio nas

exportações de outros produtos, como por exemplo, suco de laranja, açúcar, café e tabaco, conquistados há mais tempo.

A esperança para o ano de 2004 é que as exportações brasileiras continuem crescendo, atingindo um aumento de 10%, ultrapassando US\$ 80 bilhões.

Para ilustrar melhor como os fatores que estimulam o aumento de competitividade de uma nação ou empresa influenciam, será apresentado o caso da soja brasileira que em 2003 produziu 52 milhões de toneladas, perdendo apenas para os Estados Unidos, que produziram, 78 milhões de toneladas. Estima-se que em 2004 o Brasil o seu recorde de 58 milhões de toneladas de soja. Porém, devemos considerar que em virtude do alto consumo americano deste produto, as exportações brasileiras assumiram a liderança mundial com 38,4% do mercado mundial.

6.1 A COMPETITIVIDADE DA SOJA BRASILEIRA

A soja, através dos Estados Unidos, chegou ao Brasil em 1882. Da mesma maneira que nos Estados Unidos, nesta época, a soja era estudada como cultura forrageira, e não como planta para produção de farelos e óleos vegetais. Em 1900, a semente da soja foi distribuída a produtores das regiões de São Paulo e do Rio Grande do Sul. Nestas, o cultivo encontrou condições adequadas e expandiu.

A soja, como melhor alternativa de sucessão de cultivo de verão ao trigo cultivado no inverno, recebeu incentivo nacional a plantação em meados dos anos 50. Nesta época, chegou ao Estado do Paraná, como alternativa ao cultivo de arroz sequeiro. E já era um produto comercializado no mercado mundial a um preço compensador.

Segundo dados da EMBRAPA, a produção do Estado passou de 8 mil toneladas na média dos anos 1960 e 1961, para 150 mil na média dos anos 60, para 3,5 milhões na média dos anos 70, para 4,15 milhões na média dos anos 80 e para 6,5 milhões de toneladas na média dos anos 90. Na safra 2002/2003 foram

colhidas 10,7 milhões de toneladas, com a segunda maior produção do país, atrás apenas do Mato Grosso.

Na década de 60 iniciaram-se as pesquisas de cultura de soja no Paraná. Atualmente, a estado possui a maior equipe de pesquisadores e mais bem estruturada do mundo tropical.

A soja estabeleceu-se como uma das principais culturas do país. Os motivos para seu estabelecimento na região sul do país são:

1) Semelhança do ecossistema na região sul brasileira com o dos Estados Unidos, facilitando a transferência de tecnologias e conhecimentos;

2) Incentivos fiscais aos produtores de trigo nas décadas de 50 a 70;

3) Principalmente nos anos 70, o mercado de soja estava em alta, continuando até hoje, devido a frustração da safra de países como a Rússia e China (que tem alto consumo deste produto);

4) A substituição de produtos de gordura animal por vegetal;

5) Construção de amplo parque industrial para o processamento de soja, estimulando o incremento da produção como, também, o estabelecimento da agroindústria;

6) Facilidades de mecanização total da cultura, apesar do investimento ser alto;

7) O surgimento de cooperativas, apoiando a industrialização e comercialização das safras;

8) Os poderes públicos, com o incentivo da indústria privada, estabeleceram uma rede de pesquisa de soja;

9) Investimentos dos sistemas de transportes, como viário, portuário e de comunicações, facilitando as exportações.

6.1.1 A Tecnologia Brasileira de Soja

A soja é um produto de alta tecnologia, que mesmo agrícola, requer um investimento em pesquisa e desenvolvimento, gerando uma boa plantação e colheita, um excelente processo do escoamento e distribuição. O processo tecnológico é essencial para proporcionar que o Brasil produza com qualidade e quantidade necessários a atender a demanda do comércio internacional.

Os investimentos em pesquisas em inovações tecnológicas, bem como a qualidade da terra, principalmente dos estados Mato Grosso, Paraná e Rio Grande do Sul, foram os motivos que colocaram o Brasil em 2003 a liderar a exportação deste produto no mercado mundial.

Porém, a tecnologia é o único fator que gera um aumento expressivo da quantidade e qualidade produzida por hectares. Enquanto a área plantada cresceu 18 % na década de 90, o rendimento médio da cultura saltou de 1740 kg/ha para 2395 kg/ha, no mesmo período. Este aumento, deve-se aos investimentos em pesquisa e desenvolvimento que resultou em variedades mais resistentes a pragas e doenças mais adequadas aos vários climas do país e portanto mais produtiva.

No ano de 2004, o Brasil já iniciou, em parceria com a EMBRAPA, através da indicação de tecnologias, um gerenciamento eficiente, visando a diminuição de riscos e custos, elevando a produtividade. Essenciais para que o Brasil esteja cada vez mais inserido no mercado globalizado e competitivo.

6.1.2 A Produtividade da Soja no Brasil

De 1950 a 1970, as pesquisas brasileiras voltadas a plantação de soja tinham como principal preocupação a produtividade. Existia também a preocupação do tamanho adequado da planta para a colheita mecânica. Neste período, a plantação restringia-se a regiões de clima temperados e subtropicais. As pesquisas brasileiras conseguiram desenvolver uma semente capaz de se adaptar em qualquer ponto do território nacional, possibilitando, no ecossistema

do Cerrado, mais de 200 milhões de hectares, terras estas, que eram improdutivas para a plantação tanto de soja quanto de outros grãos.

A Embrapa vem realizando estudos para cada vez mais aperfeiçoar a produtividade de soja do país. O zoneamento agroclimático desenvolvido pela Embrapa Soja permitiu indicar as áreas mais aptas para a produção de soja no País, onde, produzir sementes de qualidade sempre foi um desafio, superado com tecnologias como o Diagnóstico Completo (Diacom), envolvendo princípios de vigor e patologia de sementes.

As perdas de soja brasileira na colheita caíram de aproximadamente quatro para duas sacas por hectare, devido à maior conscientização dos produtores sobre os volumes das perdas e suas causas, sendo mais um fator que favoreceu o aumento da produtividade brasileira. Os dados da tabela abaixo mostram a evolução da produtividade da soja no Estado do Paraná, um dos mais importantes produtores desta oleaginosa. No início dos anos 90, a produção por hectare era levemente inferior a dois mil quilos, subindo para 2.200 kg/ha na média do triênio 1992-94, para 2.410 kg/ha no triênio seguinte, chegando a quase 3 mil quilos por hectare no último triênio.

TABELA 1 – EVOLUÇÃO DA PRODUTIVIDADE (QUILOS POR HECTARE) DA SOJA, NO ESTADO DO PARANÁ, MÉDIAS TRIENAIIS 1989-2003.

TRINIENS	PRODUTIVIDADE (Kg/ha)
1989-91	1.966
1992-94	2.200
1995-97	2.410
1998-2000	2.615
2001-2003	2.930

FONTE: IPARDES, Análise Conjuntural, v.25, set-out/2003

6.1.3 O Consumo da Soja e Sua Competitividade Futura

Considerando a realidade brasileira atual e o seu dinâmico agronegócio é possível afirmar que:

- 1) O consumo aumentará a demanda por soja no mundo, devido ao crescimento constante da população;
- 2) É provável que o poder aquisitivo desta população incremente-se, consideravelmente na Ásia, onde se encontra o consumo potencial do produto;
- 3) A doença da vaca louca, gerou um aumento do consumo de carnes suínas e de frango, sendo que estes, a alimentação é feita de ração à base de farelo de soja, como também, na Europa, está proibido o consumo de ração de carnes para bovinos e grande parte da substituição desta ração será por farelo de soja, elevando ainda mais o consumo do produto;
- 4) Tem aumentado o consumo de soja para o uso não tradicional, como biodiesel, tintas, vernizes, entre outros, sendo que a perspectiva é que a demanda continue crescendo;
- 5) O aumento do consumo interno brasileiro por soja deve continuar aumentando devido ao potencial produtivo do país e o maior conhecimento do produto pela população nacional;
- 6) A tendência do protecionismo e subsídios à soja nos países ricos, tende a diminuir, devido a pressão dos mercados e da OMC – Organização Mundial de Comércio, aumentando os preços da soja no mundo, estimulando a produção e exportação brasileira;
- 7) Devido à falta de área de nossos maiores concorrentes (Estados Unidos, Argentina, Índia e China) para a produção de soja, a tendência é que a produção destes países se estabeleça;
- 8) Considerando que o Brasil tem como principal objetivo, a exportação, a tendência é a desoneração dos pesados tributos;

A competitividade brasileira no mercado internacional, determinará o futuro nacional da cultura de soja. É necessário um apoio do governo, e não apenas o desempenho do produtor, pois é necessário melhores e mais baratas vias de escoamento. É importante, também, incentivar formas de transportes de menores custos como ferrovia e hidrovia.

A maior parte do transporte brasileiro de soja, bem como, dos grão em geral, é feito por rodovias, cujo custo é altíssimo. Podemos considerar que 16% da soja americana é transportada por rodovias e 61% por hidrovias, ao contrário do Brasil, onde 67% da soja viaja por rodovias e apenas 5% por hidrovias. Porém, não podemos desconsiderar que os rios brasileiros, na maioria, apresentam dificuldade para a navegação.

Mesmo utilizando transportes mais caros, o Brasil tem condições para competir no mercado internacional, como tem demonstrado, não é à toa que atingiu a liderança nas exportações da soja em 2003. A produtividade brasileira já é tão boa quanto dos americanos e tem condições de ultrapassá-los em produtividade.

Assim, podemos, sem dúvida, acreditar no futuro da soja brasileira, sendo que o país é no mundo o que tem maiores condições de expansão. E como já demonstrado, a demanda mundial só tende a subir.

7 CONCLUSÃO

De acordo com os objetivos propostos, este trabalho preocupou-se em analisar o ambiente competitivo tanto empresarial quanto das nações. Para exemplificar o grau de competitividade de um produto brasileiro, utilizamos a soja, que mantém liderança no mercado internacional de soja, uma vez que o Brasil é o maior exportador do complexo soja (grão, farelo e óleo), tendo atingido em 2003 um valor exportado de **US\$ 8,5 bilhões**.

A noção de competitividade sempre esteve relacionada aos recursos financeiros e infra-estrutura para alcançar o sucesso. Porém, com a globalização acirrada devido à abertura da economia, mudou a concepção de competitividade.

Como foi demonstrado no capítulo 1, o sistema capitalista estimula a competitividade. No caso brasileiro, a competição interna até 1990 era pequena, porque a economia era fechada e as empresas não sentiam necessidade de inovar.

Com a abertura da economia, os brasileiros “descobriram” seus direitos de consumidor, a maior oferta de bens e serviços dificultou a elevação de preços, combatendo, assim, a inflação.

Percebemos, que para conseguir ser competitivo é necessário ter a capacidade de inovar. Assim, é indispensável o investimento em pesquisas e desenvolvimento, tecnologias sempre de última geração, como é o caso da soja brasileira.

O capítulo 2 analisou cada fator que estimula o aumento de competitividade da empresa.

- 1) A tecnologia passa a exercer um papel fundamental para a empresa inserir-se no ambiente competitivo, pois através da inovação tecnológica a empresa ou a nação pode produzir mais barato um

produto com qualidade diferenciada, gerando maior produtividade dos fatores de produção;

- 2) Economia de escala é o aumento da produção gerando uma redução do custo unitário. A economia de escala relaciona, assim, custo médio com um maior volume de produção, onde esta relação é, via de regra, inversa.
- 3) Economia de escopo, ou seja, a empresa produzir em uma mesma planta industrial dois ou mais produtos, diluindo o custo fixo e diminuindo o custo médio. Desta forma, a empresa aproveita a planta industrial, aumentando sua gama de produtos, podendo utilizar a mesma distribuição, administração, marketing, fornecedores, entre outros fatores, que no final irá resultar um custos menores de produção.
- 4) Curva de aprendizagem, que refere-se ao fato de administradores e a mão de obra absorverem, aos poucos, as novas tecnologias, à medida que forem tendo maior experiência em suas tarefas diárias. Esta maior experiência resulta em uma eficiência e produtividade cada vez maior, reduzindo custo e podendo até melhorar a qualidade do produto.

No capítulo 3, foram apresentadas as curvas de isocusto e isoquanta, que demonstram a relação entre capital e trabalho e também compreendido o círculo virtuoso da competitividade. A firma dificilmente tem controle do preço de mercado, assim, deve investir em tecnologia, reduzindo seu custo médio e atingindo uma maior qualidade de seu produto.

Infelizmente, existem muitas dificuldades para que as empresas brasileiras se mantenham no mercado. O Brasil é um país burocrático, com leis que atrasam o crescimento empresarial. É importante considerar também, os altos tributos, que impedem que as empresas invistam mais e principalmente gerem mis empregos.

O nível educacional baixo, onde a maioria da população não completa o ensino fundamental e dos que conseguem completar, normalmente a qualidade do ensino é péssima. Conseqüentemente, o Brasil não tem mão de obra

especializada, assim sendo, os salários condizem com o nível de educação, tomando a renda da população baixa.

Existem mais três fatores de suma importância que atrapalham a sustentabilidade das empresas no mercado, apresentados no capítulo 4. O primeiro é a ineficiência, ou seja, as perdas de insumos e produtos brasileiros. O segundo item é o baixo investimento brasileiro em pesquisa e desenvolvimento. O último fator desestimulante da competitividade das empresas brasileiras, não menos importante, é o Custo Brasil.

O capítulo 5 apresenta os produtos que o Brasil é líder mundial e prova que mesmo tendo recursos naturais em abundância, o país tem que investir em tecnologia para poder competir com países desenvolvidos. Um exemplo de que o Brasil tem condições de competir no mercado internacional, apesar dos itens analisados no capítulo 4, é o da produção de soja.

A soja é um produto que requer alta tecnologia. O Brasil possui uma dos melhores centros de pesquisa e desenvolvimento nesta área. Desta forma, o Brasil aumenta sua capacidade de expansão, diferente dos Estados Unidos, maior produtor de soja no mundo, que não tem mais para onde expandir.

O Brasil, em 2003, foi líder em exportação de soja, e terá grande chances de repetir em 2004 a sua alta produtividade.

Apesar de ser necessário melhorar alguns fatores que elevam os custos dos produtos brasileiros, o Brasil tem grandes chances de continuar ganhando a liderança de seus produtos frente ao mercado internacional e desta maneira, as perspectivas para 2004 são otimistas.

BIBLIOGRAFIA

ANSOFF, H. I.. A nova estratégia empresarial. São Paulo: Atlas, 1990.

ARAUJO, J. T.. Concorrência, competitividade e política econômica. In: BAUMANN, Renato. Brasil e a economia global. Rio de Janeiro: Campus, 1994.

COUTINHO, Luciano (1987) Adam Smith e o valor, Literatura Econômica. Vol. 9, 1987, Rio de Janeiro.

DAY. G.S. A dinâmica da estratégia competitiva. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

FAJNZYLBER, F. Competividad Internacional: evolución y lecciones. Revista de la Cepal, Santiago de Chile, n. 36, p. 7-24, dez.1988.

FARINA, E.M.M.Q.; AZEVEDO, Paulo F.; SAES, Maria Sylvia M. Competitividade, mercado, estado e organizações. São Paulo: Ed. Singular, 1997.

HAGUENAUER, Lia (1989) Competitividade: Conceitos e Medidas. Uma resenha da bibliografia recente com ênfase no caso brasileiro, Texto para Discussão nº 211, Rio de Janeiro, IEI-UFRJ, 1989.

IPARDES, Analise Conjuntural, v. 25, Curitiba, set-out/2003.

KALECKI, Michael (1954) Teoria da Dinâmica Econômica. Col. Os Economistas, São Paulo: Abril Cultural, 1983.

KEYNES, John M. (1930) A Treatise on Money. The Collected Writings of John Maynard Keynes, vol.V e VI. Londres: Macmillan Press, 1971.

KRUGMAN, P. (org.). **Competitiveness: na international economics reader**. New York/USA: Foreign Affairs, 1994.

KUPFER, D. **Padrões de concorrência e competitividade**. Rio de Janeiro: IEI/UFRJ, 1991. (Texto para Discussão 265).

MARX, Karl (1867) **O Capital, Livro I**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1971.

MARX, Karl (1885) **O Capital, Livro II**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1970.

MARX, Karl (1894) **O Capital, Livro III**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1974.

MENDES, J.T.G. **Economia: Fundamentos e Aplicações**. São Paulo: Prentice Hall, 2003.

SILVA, Chystiane. **O Salto das Exportações**. Revista Veja. Editora Abril – edição 1836 ano 37 – nº 2, 14 de fevereiro de 2004.

PORTER, M. **Estratégia competitiva: técnicas para análise da indústria e da concorrência**. Rio de Janeiro: Campus, 1980.

POSSAS, M. S. **Concorrência e competitividade: notas sobre estratégia e dinâmica seletiva na economia capitalista**. São Paulo: Hucitec, 1999.

SHUMPETER, Joseph A. (1912) **Teoria do Desenvolvimento**, Col. Os Economistas, São Paulo: Abril Cultural, 1983.

STEINDL, Joseph (1952) **Maturidade e estagnação no capitalismo americano**. Col. Os Economistas, São Paulo: Abril Cultural, 1983.