

O ano que levou o real às alturas

Brasil ficou um pouco mais rico e menos endividado com a valorização de sua moeda. Por *Marcílio R. Machado*

O real terminou o ano com uma valorização nominal em relação ao dólar americano superior a 12%. Entretanto, para a surpresa de muitos, as exportações brasileiras continuaram crescendo, atingindo um recorde de 118,3 bilhões de dólares americanos. Assim, o nosso comércio exterior cresceu ao mesmo tempo em que houve uma apreciação da moeda, o que contradiz as teorias econômicas, segundo as quais moedas valorizadas inibem as exportações. As exportações brasileiras cresceram tanto em volume, quanto em quantidade.

Constatamos, em 2005, que o crescimento das exportações brasileiras teve a seu favor o aumento do Produto Interno Bruto Global. Outro fator importante foi a continuidade do crescimento da China. Mesmo que haja uma esperada desaceleração da economia chinesa, as compras daquele país poderão ser mantidas, uma vez que as multinacionais que decidiram deslocar sua produção na China não podem mudar os planos com rapidez.

De acordo com teorias econômicas, uma valorização do real deveria ocasionar uma diminuição nas exportações, pois os produtos brasileiros ficariam mais caros para os compradores no exterior. A despeito da valorização do real em 2005, as exportações aumentaram aproximadamente 23%. Entretanto, temos um exemplo a observar vindo dos Estados Unidos. Na década de 80, os assessores do presidente Reagan adotaram medidas que promoveram a desvalorização do dólar em relação ao iene japonês. Apesar da desvalorização do dólar, as exportações japonesas cresceram mais rapidamente do que as exportações americanas para o Japão. Uma das maneiras de explicar este enigma é através do entendimento de que mais de 40% dos bens exportados são efetuados para as subsidiárias das empresas domésticas no exterior. Essas em-

essas exportações são máquinas, equipamentos, matérias-primas, cujo fornecimento não pode ser interrompido por variação na taxa de câmbio.

Um real menos valorizado pode aumentar as exportações do Brasil em 2006, mas certamente diminuirá a capacidade de investir no exterior. As teorias de comércio exterior já admitem que os fluxos de investimentos influenciam o comércio externo e não o contrário. Dessa maneira, uma moeda fraca pode vir a reduzir as exportações do Brasil em poucos anos, pois ela inibe a capacidade de realização de investimentos no exterior. Como no resto do mundo, são os investimentos externos que irão puxar as exportações dos nossos produtos. A China, que se tornou a bola da vez da comunidade internacional, serve como exemplo, pois as suas altas reservas em caixa estão sendo utilizadas para realização de investimentos no exterior que lhes garantam acesso a marcas globais e segurança no suprimento de matérias-primas.

Apreciação cambial prevê grande oportunidade de expansão das exportações pela alta de investimentos brasileiros no exterior

Os países emergentes estão fazendo investimentos no exterior para melhorar sua competitividade, expandir mercados, ter acesso à recursos e tecnologia e conseguir alguma vantagem através de mão-de-obra mais barata e/ou especializada. Alguns estão comprando marcas conhecidas e formando alianças estratégicas com firmas locais para se tornarem globais. No Brasil, a Petrobras negocia a compra de uma refinaria no Texas, a Marcopolo fabrica componentes na China e o grupo Sobó está decidindo sobre a fabricação de autotopeças nos Estados Unidos. Também a empresa Loxvo chi-

de multinacionais tanto de países desenvolvidos como em desenvolvimento. De acordo com pesquisas empíricas, investimentos diretos no exterior têm um impacto maior nas exportações do que investimento direto interno. Portanto, além de propiciar um melhor preparo para enfrentar a concorrência internacional, a expansão para o exterior é uma ferramenta muito útil no incremento das exportações de nossos produtos.

O ano de 2005 é o ano do real, pois o país ficou um pouco mais rico e menos endividado; quitamos a nossa dívida com o Fundo Monetário Internacional. Um ano no qual o país assistiu a valorização de sua moeda, aumentou suas exportações e expandiu seu superávit comercial para 44,7 bilhões de dólares. A valorização do real prevê uma grande oportunidade de expansão e sustentação das exportações através do aumento dos investimentos brasileiros no exterior. Empresas de países com moedas fortes são capazes de sustentar financeiramente os investimentos no exterior de uma maneira melhor do que empresas localizadas em países com moedas fracas. A valorização da moeda no país de origem reduz as exigências de capital de investimentos estrangeiros em moedas domésticas, permitindo que as empresas que investem no exterior levantem capital mais fácil do que no caso de uma moeda depreciada.

Para sobreviver e prosperar num ambiente competitivo, as empresas brasileiras precisam desenvolver uma carteira de ativos em mercados chaves. Considerando que o Brasil possui um baixo volume de investimento direto no exterior comparado com o tamanho de sua economia e com os outros países em desenvolvimento, existe uma necessidade eminente de se aumentar os investimentos no exterior. Aliás, é exatamente isto que países emergentes como a China, Índia e também a

para as subsidiárias das empresas domésticas no exterior. Essas empresas dificilmente deixarão de suprir as suas filiais devido a alteração na taxa de câmbio.

Ao analisarmos o perfil das 250 maiores empresas exportadoras brasileiras podemos citar alguns nomes como Volkswagen do Brasil, Nokia do Brasil, Caterpillar do Brasil, Goodyear do Brasil, 3M do Brasil, Nec do Brasil, entre outras. As exportações dessas aproximadamente cem empresas multinacionais representam 44% do total do volume exportado anualmente pelo Brasil. Em muitos casos,

topeças nos Estados Unidos. Também, a empresa Lenovo chinesa adquiriu a divisão de computadores pessoais da IBM e a Tata da Índia adquiriu a Tetley Tea do Reino Unido.

Pode parecer sem sentido para muitos que empresas brasileiras invistam seus lucros no exterior, quando poderiam estar criando empregos em nosso país. Entretanto, esta visão é falsa, uma vez que a saúde de uma empresa depende cada vez mais dos investimentos que faz no exterior. Aquelas que hesitarem em se expandir poderão se tornar presas

como a China, Índia e também a Espanha estão fazendo. Esta parece ser uma das saídas para realmente deixarmos de ser um país de periferia e ampliarmos a nossa participação no mercado internacional através das multinacionais brasileiras que divulgam a marca "Made in Brazil".

Marcilio R. Machado é doutor em Administração de Empresas pela Nova Southeastern University, professor da Fucape e diretor da Famex Importadora. Autor do livro "Tecnologia da Informação e Competitividade das Trading Companies".