

## Marcilio R. Machado

É presidente do Sindicato do Comércio de Exportação e Importação do Estado (Sindiex)

OPINIÃO17

SEXTA-FEIRA, 23 DE OUTUBRO DE 2015 A GAZETA

/// Quando a queda no faturamento chega perto de 40%, redução de custos não resolve o problema

# *O mercado externo é a saída para a crise atual*

A economia brasileira se encontra em recessão técnica e muitos analistas acreditam que o Produto Interno Bruto (PIB) poderá ter uma retração de cerca de 3% em 2015. A inflação pode ultrapassar a barreira de 9%, outra agência de classificação rebaixou o Brasil e a taxa de desemprego tende a aumentar. A crise se expandiu então para quase todos os Estados brasileiros

Apesar do cenário bastante pessimista

no Brasil, numa recente conferência na Alemanha, o pesquisador Hermann Simon posicionou o Brasil, no período de 2015-2030, como uma das cinco maiores economias do mundo.

Ao questioná-lo sobre o motivo do otimismo em relação ao país, ele respondeu: “O tamanho do mercado brasileiro, onde existem muitos serviços e produtos a serem oferecidos”.

No índice de competitividade global,

promovido pelo Fórum Econômico Mundial, o Brasil foi o país que mais caiu. Passou da 57ª colocação, de um total de 144 países, para a 75ª posição.

A variável que conseguiu uma posição relevante foi o tamanho do mercado, o que corrobora o pensamento do dr. Simon, segundo o qual demografia é fator predominante para desenvolvimento econômico.

Entretanto, diante de tantas incertezas políticas e econômicas, volta-se à pergunta sobre o que fazer agora. Uma das respostas seria o crescimento através da internacionalização das empresas.

Em 1900, a exportação global per capita era de apenas US\$ 6; em 2000, esse valor atingiu US\$ 985, e em 2014 se

elevou até US\$ 2.631. Com o acordo de livre comércio recentemente anunciado, a Parceria Transpacífico (TPP), que envolve 40% do PIB global, a globalização deverá acelerar nos próximos anos.

Diante da crise, muitos sentem-se inclinados a cortar custos. Entretanto, quando a queda no faturamento chega perto de 40%, redução de custos não resolve o problema. A saída para o crescimento se encontra no aumento das vendas, principalmente para os mercados externos. Foi com essa estratégia que as pequenas e médias empresas alemãs passaram com sucesso pela crise de 2008. Creio este ser um bom exemplo a ser seguido pelas empresas brasileiras.