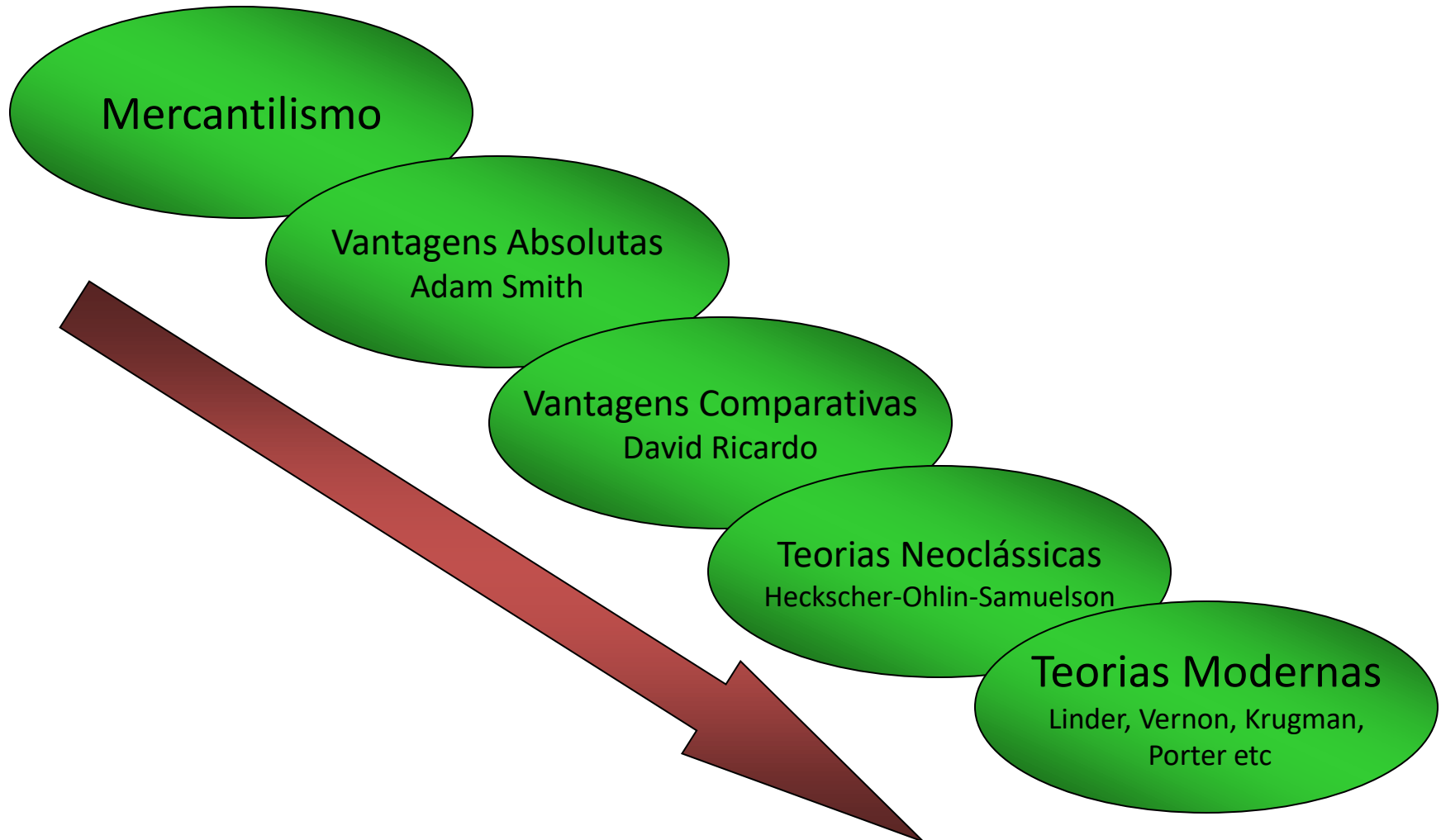




## 22ª Aula – Economia Internacional



## Teorias de Comércio Internacional - Evolução de um Pensamento



## Mercantilismo – Origens

- Tem origem com as expansões marítimas e comerciais do século XVI.
- A doutrina mercantilista prevaleceu entre os séculos XVI e XVIII.
- A visão mercantilista surgiu com o fortalecimento dos estados nacionais modernos.



- Thomas Mun (1571-1641) foi um dos mais influentes escritores mercantilistas. Para ele, o comércio era a única maneira de aumentar o tesouro de Inglaterra e ele propôs uma série de medidas para reduzir as importações e aumentar as exportações.



## Principais Ideias Mercantilistas

- A maneira de uma nação tornar-se rica e poderosa era exportar mais do que importar.
- O superávit comercial desencadearia entrada de ouro e prata.
- A riqueza de uma nação era medida pelo estoque de metais preciosos de que ela dispunha (metalismo).
- O governo deveria atuar fortemente, incluindo guerras e pirataria, para acumular riquezas.



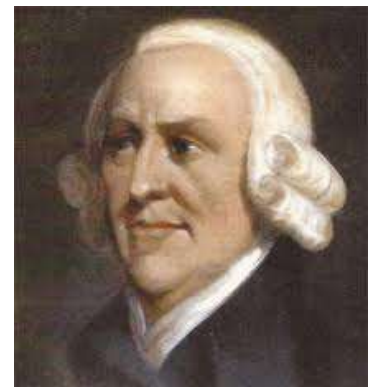
## Colbertismo

- Jean-Baptiste Colbert (1619 - 1683) foi ministro de Estado e da Economia do rei Luís XIV.
- Implantou o mercantilismo industrial para tornar a França a nação mais rica da Europa. Para isso, incentivou a produção de bens de luxo visando a exportação e incentivou a substituição de importações.
- Atribui-se a ele o conceito de que a tributação é “a arte de depenar o ganso de modo a obter o máximo de penas, com o mínimo possível de grasnidos”.



## Teoria das Vantagens Absolutas

A Origem das Doutrinas do Livre Comércio - Adam Smith (1776): A Riqueza das Nações.



Críticas de Adam Smith à Doutrina Mercantilista:

- O comércio internacional não se constitui em um jogo de “soma zero”.
- A riqueza de uma nação deve ser expressa pela sua produção e consumo e não por seu estoque de metais preciosos.
- Não-intervencionismo – “mão-invisível”.
- O livre comércio é um poderoso mecanismo capaz de promover o aumento da produção por meio da especialização e, com as trocas, o aumento do consumo.

“A riqueza de uma Nação se mede pela riqueza do povo e não pela riqueza dos príncipes.”

## Teoria das Vantagens Absolutas

As Vantagens Absolutas surgem quando:

- Uma nação é mais eficiente do que outra (ou possui uma vantagem absoluta em relação àquela) na produção de uma *commodity*.
- Porém é menos eficiente do que a outra nação (ou possui uma desvantagem absoluta em relação àquela), na produção de uma segunda *commodity*.

Há ganhos para cada uma delas especializando-se na produção da *commodity* de sua vantagem absoluta e trocando parte de sua produção com a outra nação pela *commodity* de sua desvantagem absoluta.



## Exemplo Hipotético de Vantagem Absoluta

- Considerando dois países: o Brasil e o Reino Unido, em 1850.
- Tanto o Brasil como o Reino Unido produzem tecido e açúcar.
- Ambos possuem o equivalente a 1.200 horas de trabalho disponíveis.
- Preço de  $1\text{m}^2$  tecido = Preço de 1Kg açúcar



## Coeficientes Técnicos de Produção

	<b>TECIDO (h/M<sup>2</sup>)</b>	<b>AÇÚCAR (h/Kg)</b>
<b>REINO UNIDO</b>	1	3
<b>BRASIL</b>	3	1

O coeficiente técnico de produção mede quantas unidades de trabalho (horas) são necessárias para produzir uma unidade de cada um dos bens.

## Hipótese - Autarquia

Produção e Consumo Brasileiro em Autarquia

$$\text{PRODUÇÃO} = \frac{\text{HORAS ALOCADAS}}{\text{COEFICIENTE TÉCNICO}}$$

Alocação de 600 horas para a produção de açúcar e de 600 horas para a produção de tecidos:

$$\text{AÇÚCAR PRODUZIDO} = 600/1 = 600$$

$$\text{TECIDOS PRODUZIDOS} = 600/3 = 200$$

## Hipótese - Autarquia

Produção e Consumo do Reino Unido em Autarquia

$$\text{PRODUÇÃO} = \frac{\text{HORAS ALOCADAS}}{\text{COEFICIENTE TÉCNICO}}$$

Alocação de 600 horas para a produção de açúcar e de 600 horas para a produção de tecidos:

$$\text{AÇÚCAR PRODUZIDO} = 600/3 = 200$$

$$\text{TECIDOS PRODUZIDOS} = 600/1 = 600$$

## Produção e Consumo dos Dois Países em Autarquia

### PRODUÇÃO

### CONSUMO

	TECIDO (M <sup>2</sup> )	AÇUCAR (Kg)	<b>TOTAL</b>	TECIDO (M <sup>2</sup> )	AÇUCAR (Kg)	<b>TOTAL</b>
REINO UNIDO	600	200	<b>800</b>	600	200	<b>800</b>
BRASIL	200	600	<b>800</b>	200	600	<b>800</b>
<b>TOTAL</b>	<b>800</b>	<b>800</b>	<b>1600</b>	<b>800</b>	<b>800</b>	<b>1600</b>



Hipótese - Comércio entre os países (cada um produzindo só o produto em que tem vantagens absolutas)

Produção e Consumo Brasileiro em Comércio

$$\text{PRODUÇÃO} = \frac{\text{HORAS ALOCADAS}}{\text{COEFICIENTE TÉCNICO}}$$

Alocação de 1200 horas para a produção de açúcar e de 0 hora para a produção de tecidos:

$$\text{AÇÚCAR PRODUZIDO} = 1200/1 = 1200$$

$$\text{TECIDOS PRODUZIDOS} = 0/3 = 0$$

Hipótese - Comércio entre os países (cada um produzindo só o produto em que tem vantagens absolutas)

Produção e Consumo do Reino Unido em Comércio

$$\text{PRODUÇÃO} = \frac{\text{HORAS ALOCADAS}}{\text{COEFICIENTE TÉCNICO}}$$

Alocação de 0 hora para a produção de açúcar e de 1200 horas para a produção de tecidos:

$$\text{AÇÚCAR PRODUZIDO} = 0/3 = 0$$

$$\text{TECIDOS PRODUZIDOS} = 1200/1 = 1200$$



## Produção e Consumo com Especialização e Comércio

### PRODUÇÃO

### CONSUMO

	TECIDO (M <sup>2</sup> )	AÇUCAR (Kg)	<b>PRODUTO TOTAL</b>	TECIDO (M <sup>2</sup> )	AÇUCAR (Kg)	<b>PRODUTO TOTAL</b>
REINO UNIDO	1200	0	<b>1200</b>	600	600	<b>1200</b>
BRASIL	0	1200	<b>1200</b>	600	600	<b>1200</b>
<b>TOTAL</b>	<b>1200</b>	<b>1200</b>	<b>2400</b>	<b>1200</b>	<b>1200</b>	<b>2400</b>

A especialização e o comércio resultam em aumento na produção e no consumo de açúcar e de tecidos nos dois países. O Reino Unido ampliaria o consumo de açúcar em 400 kg, e o Brasil ampliaria o consumo de tecidos em 400 metros quadrados.

## Limitações da Teoria da Vantagem Absoluta

Não se analisou quais seriam os termos de troca ou relações de troca entre as mercadorias.

A teoria da vantagem absoluta consegue explicar alguns fluxos de comércio entre os países desenvolvidos. No entanto, não consegue explicar o comércio entre países desenvolvidos e em desenvolvimento.



Exemplo: Tratado de Methuen (ou Tratado dos Panos e Vinhos) entre Reino Unido e Portugal (1703).



## Teoria das Vantagens Comparativas

David Ricardo (1817): Princípios de Economia Política e Tributação.

A Teoria da Vantagem Comparativa explica o comércio mesmo entre nações sem vantagem absoluta na produção de ao menos um bem, ou seja, mesmo quando um deles é mais produtivo na fabricação de todos os bens.

O que importa aqui não é o custo absoluto de produção, mas a razão de produtividade que cada país possui. O conceito é muito importante para a teoria do comércio internacional moderno.



## Teoria das Vantagens Comparativas

Na vantagem absoluta, cada país se concentra em um nicho baseado nestas vantagens, beneficiando-se com a especialização em setores nos quais é mais eficiente, e comercializando os seus produtos com outros países. Pela teoria das vantagens comparativas, mesmo que um país não possua vantagem absoluta, ele pode especializar-se nos setores em que apresenta vantagem comparativa.

Alguns aspectos relevantes:

- Contexto da Revolução Industrial Inglesa.
- Mantém o discurso de livre comércio (liberalismo).
- Rigor técnico e científico.

## Outras teorias...

**Teoria de H-O-S (Heckscher-Ohlin-Samuelson):** um país exportará o produto que usa de forma intensiva o seu fator relativamente abundante.

**Teoria da equalização do preço dos fatores:** na dimensão externa, sob certas condições, será suficiente o livre comércio de bens finais para a equalização dos preços dos fatores internacionalmente.

**Teoria de Stolper-Samuelson:** um crescimento no preço relativo de uma mercadoria aumenta o retorno real do fator usado intensivamente na sua produção e reduz o retorno da outra mercadoria.

## Argumentos Pró-Livre Comércio

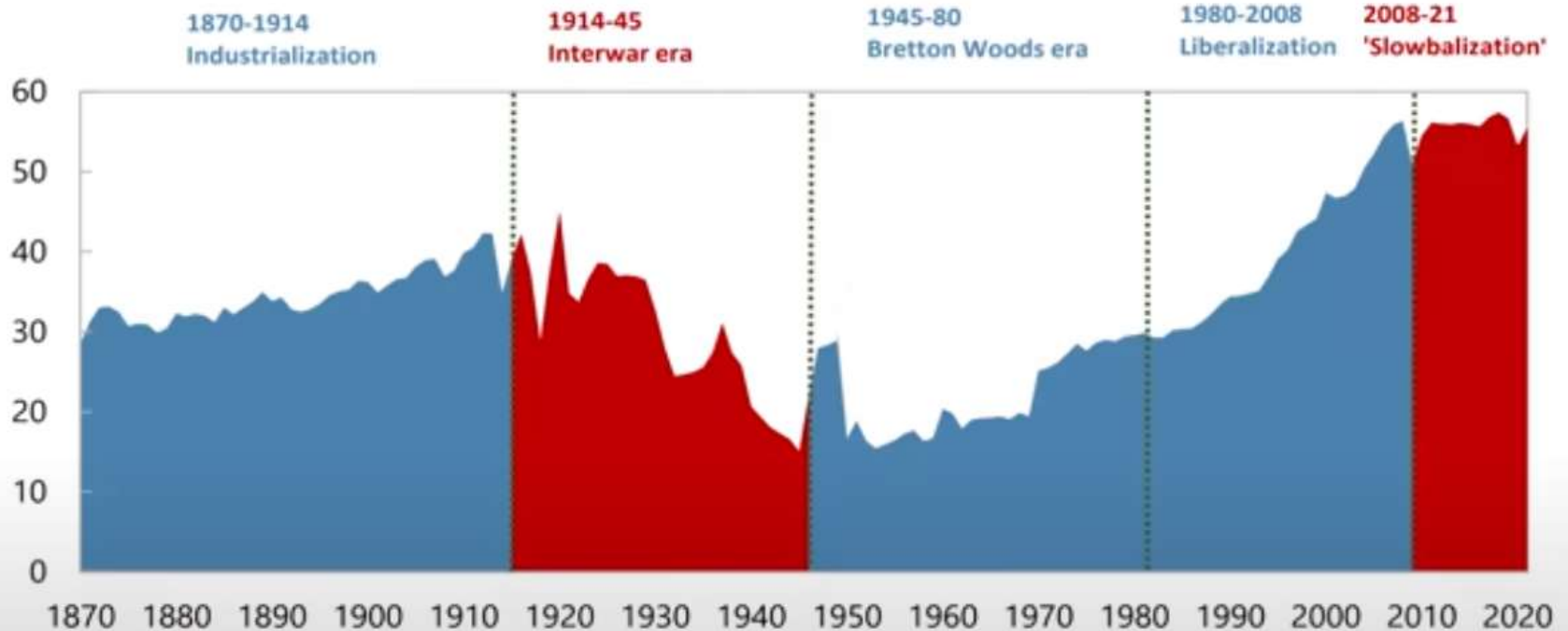
- Aumento de satisfação no consumo.
- Especialização do país em sua vantagem comparativa.
- Livre alocação dos insumos entre as indústrias.
- Reconhecimento dos setores e insumos mais competitivos.
- Eliminação da distorção em preços relativos.
- Divisão internacional da produção.
- Distribuição mais eficiente dos recursos naturais.
- Maior solidariedade (ex: UE), menos guerras, etc..
- Indústria nacional não se acomoda.
- Dificilmente há reserva de mercado (monopólios).
- Economia de escala (custos menores => aumento do consumo => aumento da produção => aumento de empregos => empregos e custos menores geram maior satisfação p/ o povo).

## Argumentos Pró-Protecționismo

- Proteção à “Indústria Nascente” (A. Hamilton, Friedrich List).
- Proteção ao “Governo Nascente”.
- O maior consumo mundial em livre-comércio não é bem distribuído.
- Redução do desemprego (Proteção do emprego doméstico).
- Estímulo à substituição de importações (Cepal, Raúl Prebisch).
- Defesa frente ao comércio desleal.
- Promoção da segurança nacional / setores estratégicos.
- Equilíbrio do balanço de pagamentos / Evitar perda de divisas.
- Prestígio por possuir indústria de base forte.
- “Algo que pode ser feito em casa não se compra fora”.
- Liberdade pode escravizar (sem Estado => oligopólios, trustes, monopólios, cartéis e dumpings formam-se mais facilmente).

## Globalização X Fragmentação

Figure 1: Trade Openness, 1870-2021  
(Sum of exports and imports, percent of GDP)



Sources: Jordà -Schularick-Taylor Macroeconomy Database; Penn World Data (10.0); Peterson Institute for International Economics; World Bank; and IMF staff calculations.  
Note: Sample composition changes over time.



## Estudos sobre Estratégias de Internacionalização

A nova teoria do comércio internacional está de acordo com o livre comércio internacional, a exemplo do que fez Ricardo. Entretanto, ela reforça o conceito de ganhos pela especialização, agora em função também de ganhos de escala típicos da industrialização e pela presença de oligopólios internacionais.



As empresas multinacionais podem decidir escolher a localização de cada uma de suas atividades de acordo com as vantagens competitivas apresentadas por cada região. Dessa forma, elas **esperam** obter o máximo retorno para suas operações.

## Estudos sobre Estratégias de Internacionalização

No caso dos produtos de alta tecnologia, empresas multinacionais (EMN) iniciam sua fabricação em seus países de origem, ou próximos de seus centros de pesquisas, para deslocá-los para fábricas mais periféricas conforme eles deixem de ser produtos de vanguarda e surja uma nova geração para ser produzida nos centros mais importantes.

Outro fator que interfere na estratégia de uma EMN é a política. Nem sempre o interesse econômico de um País corresponde ao de uma EMN, mas ela pode influenciar as decisões mais importantes através de lobbies.



## Estudos sobre Estratégias de Internacionalização

Caves (2007) diferencia dois tipos de Investimentos Externos:

- O Horizontal ocorre quando a empresa passa a produzir em outros países os mesmos produtos que em seu país de origem. Ela visa ganhar novos mercados, reduzindo custos de transação pela instalação em outro país e aproveitando os ativos da empresa para expandir as atividades.
- O Vertical é aquele em que a empresa passa a produzir em outros países diferentes estágios, normalmente componentes, dos produtos que ela faz. Ela busca reduzir os custos de fabricação em escala global e aproveitar determinadas vantagens em outros países, como a proximidade à fonte de uma determinada matéria-prima.



## Estudos sobre Estratégias de Internacionalização

O Modelo de Uppsala (universidade sueca), desenvolvido por Johanson e Vahlne em 1977 e atualizado por eles em 2009, procura explicar os processos de internacionalização de empresas nórdicas, cujos processos de expansão internacional não eram previstos pelas teorias do poder de mercado ou do ciclo de vida dos produtos.

De acordo com os autores, as empresas oriundas de países com pequenos mercados locais buscam novos mercados muito antes de empresas nascidas em países com grandes mercados locais, ou seja, procuram “internacionalizar para crescer”, enquanto empresas dos Estados Unidos ou do Japão procuram “crescer (em seus mercados nativos) para depois internacionalizar”.



## Estudos sobre Estratégias de Internacionalização

Para Johanson e Vahlne, o processo de internacionalização possui duas características marcantes:

- Decorrem da busca de competências sobre como operar em mercados diferentes dos mercados nacionais.
- Ocorrem em mercados com pequena “distância psíquica” dos mercados originais.

O conceito de distância psíquica envolve avaliar as diferenças culturais, administrativas, geográficas e econômicas entre dois mercados.





## Estudos sobre Estratégias de Internacionalização

Morgan e Katsikeas (1997) criticaram a noção de internacionalização incremental das empresas, afirmando que a internacionalização segue, em geral, mais um Planejamento Estratégico, e sucessivas correções de rumo devido a fatores imprevistos tanto na demanda de seus produtos como na oferta de insumos, do que a sucessivos passos pré-determinados de aprofundamento de internacionalização.



"A guerra é a continuação da política por outros meios."  
(Carl von Clausewitz, Prússia, 1780-1831)

E as finanças internacionais, o que são?

## Estudos sobre Estratégias de Internacionalização

Morgan e Kristensen (2001) analisam sob três perspectivas:

- Processo racional, no qual uma decisão de se instalar em outro país leva em conta uma melhor composição de fatores como custos de transação, acesso a novos mercados, capital, terra e mão-de-obra mais barata ou qualificada.
- Existência de passos típicos para a internacionalização, e se eles podem ser pulados ou não. “Distância psíquica”, ou seja, um conjunto de fatores sociais e culturais que pode tornar o investimento em um outro país mais fácil ou mais difícil.
- A organização e a estrutura administrativa das empresas internacionais. Relações entre matrizes e subsidiárias. Centralização ou descentralização. Distribuição de atividades entre os diversos lugares.



## Estudos sobre Estratégias de Internacionalização



Ghemawat (2008) analisa as Estratégias Internacional e Corporativa das empresas como parte de um contexto de crescimento.

A Internacional, em um primeiro instante, traz um crescimento horizontal, ou seja, a empresa continua vendendo os mesmos produtos, agora a um mercado maior.

A Corporativa envolve a diversificação dos produtos (ou serviços), podendo a empresa optar por entrar em novos segmentos, ou verticalizar suas atividades.



## Estudos sobre Estratégias de Internacionalização

Para Ghemawat, ambas estratégias passam por diversas análises, e a internacionalização pode se beneficiar das pesquisas feitas quando da diversificação. Entretanto a internacionalização se defronta com alguns desafios próprios, como a imprevisibilidade das instituições de outros países, diferenças culturais e a complexidade de se organizar uma estratégia global.



### Discussão em Classe

Um país deve se abrir ou se fechar para o Comércio Exterior e para as empresas multinacionais?



## Economia Internacional – Exercício







# Introdução à Economia e à Administração 2024



Próxima aula: 11 de outubro!

