

## COMPETIÇÃO GLOBAL E CONHECIMENTO

Eugenio do Carvalho \*

Artigo publicado na revista CONJUNTURA ECONÔMICA - COLUNA NEGOCIAÇÃO - PÁG. 130 em 1/8/2003

---

Os mercados internacionais, potencializados pela globalização, têm ampliado a ocorrência de conflitos e gerado oportunidades. Abordar de forma competitiva e/ou cooperativa as negociações é um dilema que se apresenta a cada instante. Que moedas de troca os negociadores têm disponíveis para serem utilizadas e para tornar mais eficazes os argumentos destinados a atender suas demandas?

Negociadores, por si só, ou em equipes articuladas é que desenvolvem as negociações cujo produto estará se manifestando no futuro. Os impactos da implementação (ou não) de acordos afetará a qualidade das vidas daqueles que dependem dos seus negociadores. Em todos os ambientes, e em especial nos mercados globalizados, dependemos de nossos negociadores internacionais. Dependemos de como as associações, instituições e organismos preparam seus negociadores com delegação para representar, influenciar, estabelecer regras, comprar, vender, firmar acordos. Dependemos da imagem projetada pela “marca” Brasil para nossos interlocutores.

Temos negociadores, qualitativa e quantitativamente preparados para as múltiplas e complexas negociações nesses ambientes dinâmicos e turbulentos? De fato não, pois negociar de forma competitiva em mercados globalizados tem a ver com a imagem e a “marca” de um país, com a qualidade dos negociadores que o representam assim como do grau de convergência interna dos setores representados.

Que país é esse? Precisamos ter a noção de alguns números para compreendê-lo.

Somos um dos países com as maiores potencialidades de recursos naturais do planeta. Temos cerca de 14% do volume anual de água renovável<sup>(1)</sup>. As estimativas de área cultivável chegam a algo que supera os 15%. O país dispõe de não menos de 90 milhões de hectares de terras virgens potencialmente cultiváveis, sem ter que cortar uma simples árvore, destaca um recente Relatório da Unctad<sup>(2)</sup>.

**Negociar tem a ver com argumentos que se sustentam em moedas de troca que tenham significado para os interlocutores.**

No volume total do comércio internacional, nossa participação oscila em torno de poucos 1%. No ranking do Índice de Desenvolvimento Humano (IDH)<sup>(3)</sup> estamos em 65o lugar, com 0,777. Paralelamente, no que diz respeito ao combate à corrupção<sup>(4)</sup>, o Brasil que aparecia com 59,8 pontos em 2002, caiu para 56,7 pontos numa escala de 100.

Negociar tem a ver com argumentos. Argumentos se sustentam em moedas de troca que tenham significado para os interlocutores. Muitos argumentos palpáveis estão associados

aos recursos, seus preços e sua qualidade, aos prazos e à estrutura logística. Nas negociações de curto prazo e naquelas baseadas exclusivamente em interesses isso é o que conta. Como reduzir custos é o desafio.

De outro lado, uma parte significativa dos argumentos não são transformados em Dólares ou Euros rapidamente por estarem associados à credibilidade, confiança e à capacidade de gestão. Argumentar nas negociações implica também considerar variáveis éticas, morais, ambientais e culturais, no domínio de idiomas, no conhecimento estruturado de uma grande diversidade de temas e regras, numa forte sustentação interna alimentada pela coerência. Como fazer uso do conhecimento é o desafio.

O BRASIL que quer ter um espaço global correspondente às suas potencialidades tem um imenso e complexo desafio: precisa desarticular o imenso “brasil” corporativista das capitâncias hereditárias que parece nunca acabar e que atua na vanguarda do atraso. As fortes articulações sectárias de setores representativos do judiciário, do legislativo e do meio empresarial precisam ser questionadas pelo Brasil da responsabilidade social e moral, que tem um compromisso com o futuro.

Estabelecer regras internas justas; educar e ampliar exponencialmente as bases de conhecimento; proteger, preservar e fazer o melhor uso de nossos recursos naturais; distribuir a renda e fazer justiça social; pagar as dívidas e não gastar mais do que se ganha; deveria fazer parte da agenda positiva das negociações internas. Nesse aspecto cada brasileiro pode e deve dar sua parcela de contribuição. A base negociadora das negociações globais estará, cada vez mais, na apropriação eficaz do conhecimento e para isso a educação é fundamental.

1. Fonte:P.H. Gleick.The World's Water 1998-1999. Island Press: Washington, DC. 1998.

2. Fonte:Nações Unidas. Conferência das Nações Unidas para o Comércio e o Desenvolvimento (Unctad) – Relatório Mundial de Commodities 2003-2004.

3. Fonte:Nações Unidas – Índice de Desenvolvimento Humano – PNUD – Relatório de Desenvolvimento Humano 2003.

4. Fonte:Banco Mundial – Governance Matters III: Governance Indicators.

(\*) Coordenador do Curso de Formação de Negociadores da FGV/IBRE e EBAPE