

O modelo “*supply chain*”

As empresas de hoje atuam segundo algumas correntes, ou modelos econômicos. Dentre estes se pode citar a cadeia de suprimentos ou *supply chain*, modelo das grandes corporações, e a integração de pequenos e médios produtores, ou, o modelo europeu da pequena e média empresa.

O primeiro modelo é utilizado pelas montadoras e as grandes corporações, sendo que nas montadoras, os assim chamados sistemistas (ou fornecedores) ficam geograficamente próximos das fábricas, de modo a suprir suas necessidades de matéria-prima e componentes. Esta é, na verdade, a maneira de as grandes montadoras, pelo seu poderio econômico, repassarem aos fornecedores os custos de estocagem e logística. Este modelo iniciou com os primeiros passos do *Kan Ban*, modelo utilizado pela Toyota na década de 1950, e evoluiu ao *Just in Time*, e agora, ao B2B (*business to business*). (MOURA, 1996).

As empresas fazem aquilo que efetivamente sabem fazer: dedicam-se ao seu *Core Business*, ou seja, as montadoras "montam" veículos, e não produzem nem estocam painéis, assentos, rodas, pneus, ou outros acessórios. Para obter estes suprimentos criam então, as chamadas alianças estratégicas.

Segundo Helen Deresky, (2004, p. 55), as alianças estratégicas não acionárias ocorrem:

quando se fecham acordos mediante contrato em vez de partilhamento acionário. Tais contratos são em geral com os fornecedores, distribuidores ou produtores de uma companhia, ou podem ser feitos com objetivos de compartilhamento de mercado e informações, como ocorre com muitas parcerias no setor de transporte aéreo.

Esta atuação gera uma cadeia de fornecimento que privilegia, por um lado, as empresas que fazem parte da mesma, e por outro lado, obriga as fornecedoras a reduzirem seus custos, maximizarem seus resultados, produzirem com qualidade, tecnologia e preço baixo. Este modelo é a realidade

de muitas empresas de vários ramos, e tem feito os preços dos produtos caírem significativamente nos últimos anos.

O outro modelo é o europeu, o do chamado tecido produtivo, onde pequenos empresários produzem e entregam partes de um produto, e ao final da cadeia o mesmo é entregue ao mercado consumidor pronto.

Um bom exemplo é o *Queijo Parmigiano Raggiano*. As empresas envolvidas são muitas, iniciando o processo com a produção de leite, entrega e processamento, marketing, vendas distribuição e chegando até à exportação.

O modelo da pequena e média empresa não é interessante para as grandes corporações, pois ele concorre diretamente com produtos de qualidade e a preços muito mais baixos, pois manter uma grande estrutura administrativa, de marketing, etc custa caro e este custo é repassado a nós pobres consumidores.

Outra questão importante é que os preços são estabelecidos pelos grande grupos econômicos, senão vejamos, imaginem que temos apenas 10 grandes Instituições financeiras no Brasil, quem é que vai determinar as tarifas? Nós ou estas Instituições?

Existindo concorrência, as empresas são obrigadas a oferecer produtos de qualidade a preços competitivos, porém se não existe concorrência, quem dita as regras são as grandes empresas.

Nesta linha de raciocínio muitos economistas criticam a chamada “*desconexão chinesa*” onde, segundo alguns analistas, como Paul Krugman ⁽¹⁾ do New York Times que criticou a “*ultrajante política monetária da China*”.

Autoridades monetárias mundiais, como Ben Bernanke o presidente do FED Federal Reserve o poderoso banco central americano também cita a economia chinesa como a responsável pelos desequilíbrios internacionais.

(1) em sua coluna no jornal Gazeta do Povo de 26-10

Se formos refletir na verdade a crítica é ao modelo da pequena e média empresa chinesa, que levou a economia chinesa a crescer 8,9% de julho a setembro, mais do que no mesmo período no ano anterior, de acordo com os números do governo divulgados na quinta-feira.

Relatórios econômicos independentes também mostraram, que as vendas no varejo e a produção industrial cresceram de forma marcante em setembro, ajudando a compensar a queda nas exportações, carro-chefe da economia chinesa, que permanece inabalável há 11 meses.

A taxa de expansão do Produto Interno Bruto (PIB) saltou de 7,9% no segundo trimestre, colocando a nação mais perto de alcançar um crescimento de 8%, nível que os economistas chineses dizem ser necessário para manter a estabilidade social e uma taxa de emprego saudável. (2)

Na contramão desta situação temos as economias européia, japonesa e norte-americana permanecendo muito mais fracas do que a da China, ou mesmo que a da Austrália. A economia dos EUA encolheu 0,7% durante o segundo trimestre e a expectativa é de que os números do terceiro trimestre mostrem uma taxa de expansão anual de 3,1%.

Por isto as críticas a economia chinesa são tão intensas, porém se adotarmos o modelo da pequena e média empresa chinesa, poderíamos crescer talvez não 7,9% ao trimestre, quem sabe?

Ou será muito mais fácil nos rendermos ao modelo das grandes corporações e não termos poder de barganha junto aos nossos futuros fornecedores.

(2) Andrew Jacobs New York Times 23-10

Apenas para reflexão, quando o automóvel fusca foi relançado no mercado brasileiro, o então presidente Itamar Franco anunciava que o veículo mais barato do Brasil custaria US\$6.000,00 (seis mil dólares). Hoje nosso carro popular mais barato custa R\$23.500,00 ou o equivalente a US 13.400,00 (treze mil e quatrocentos dólares), ou seja 123% cento e vinte e três por cento de aumento.

Obviamente não podemos comparar o velho fusca com os modelos atuais com tremenda tecnologia embarcada, mas fica a questão, a adoção de praticas como a “*suplly chain*” redução de IPI, desvalorização cambial foram fatores que favoreceram as indústrias automobilísticas, mesmo assim os preços subiram muito.

Outros produtos e serviços subiram muito além de qualquer índice, principalmente aqueles ligados às grandes corporações.

Por outro lado produtos chineses, por exemplo, são produzidos a preços cada vez mais competitivos, e sua economia tem sido duramente criticada.

Mesmo com subemprego, informalidade, apoio do governo etc. o que se vê é um país que cresce muito além dos demais países do mundo, assim vale a pena refletir a respeito.

Sergio Alexandre Centa é Consultor Empresarial

Sergio Alexandre Centa.

Professor universitário, consultor junto a Comunidade Européia, consultor de empresas européias na formação de joint-ventures, consultor na área financeira de empresas no Brasil e Europa, membro visitante da Camera di Commercio di Modena – Itália, participa do Conselho de Comercio Exterior da Associação Comercial do Paraná.

sacenta@onda.com.br

<http://recursosdelongoprazo.blogspot.com/>