

Mercado de mineração e siderurgia no Brasil suas alianças e perspectiva para o futuro

Cleyton Izidoro

Resumo

No cenário atual de competição, as empresas têm estabelecido um número crescente de alianças e redes para complementar seus recursos, reduzir incertezas e sustentar sua vantagem competitiva. Este artigo pretende demonstrar como o conceito de estratégia está ligado a atual situação do aquecimento do mercado de mineração e siderurgia no Brasil.

Palavras-Chaves

Teoria da Firma, Estratégia competitiva, Estratégia da Concorrência

INTRODUÇÃO

A estratégia empresarial mudou e passou a criar novos produtos e serviços para desenvolver novos modelos e mercados empresariais. Trata-se de uma consequência natural da era da informação que afeta toda a economia, desde os mercados capitais até os trabalhadores individuais.

A mudança empresarial está além da globalização, competição e inovação, estando esta elevando assim o nível de organização e complexidade. Atualmente, a chave para a evolução empresarial é o desenvolvimento de novos modelos empresariais e de novas indústrias, ao invés de se tratar somente do desenvolvimento de novos produtos e serviços.

A microeconomia convencional se divide em teoria do consumidor, teoria da firma, equilíbrio de mercado, estruturas de mercado, teoria do equilíbrio geral e teoria do bem-estar.

A Teoria do Consumidor é a parte da microeconomia que se preocupa em estudar o comportamento do consumidor. Tratamos rapidamente dessa parte ao discutir as curvas de demanda individual e de mercado de um produto.

A Teoria da Firma é a parte da microeconomia que se preocupa em estudar o comportamento da firma. A Teoria da Firma abrange a Teoria da Produção, a Teoria dos Custos e a Análise dos Rendimentos da Firma.

A Teoria da Produção abrange os conceitos de produção e produtividade. Em conjunto com as teorias dos custos e dos rendimentos, ela permite a uma firma determinar qual a quantidade ideal a ser produzida.

A teoria dos custos aborda conceitos como Custo econômico, Custo total, Custo Marginal e Custo médio. Naturalmente, o objetivo de uma firma é produzir a quantidade desejada com o mínimo de custos.

A Teoria dos Rendimentos abrange conceitos como a Receita total, a Receita média e a Receita marginal. Em vez de focar uma minimização dos custos a um dado nível de produção, uma firma pode também procurar a maximização de seus lucros. A verdade é que, ao se minimizar os custos, automaticamente estar-se-á maximizando os lucros de uma empresa.

Em economia, Firmas são organizações que produzem e vendem bens e serviços, e as que contratam e utilizam fatores de produção, que podem ser classificados em primários ou secundários.

A Teoria da Firma, ou Teoria de Empresa, foi um conceito criado pelo economista britânico Ronald Coase, em seu artigo *The Nature of Firm*, de 1937.

Segundo essa teoria, as firmas trabalham com o lado da oferta de mercado, ou seja, com os produtos que vão oferecer aos consumidores, como bens e serviços produzidos. As firmas são de extrema importância para os mercados, pois reúnem o capital e o trabalho para realizar a produção e são as responsáveis por agregar valor as matérias-primas utilizados nesse processo, com uso da tecnologia.

As empresas produzem conforme a demanda do mercado e a oferta é ajustado por aqueles que estão dispostos a consumir.

A Teoria da Firma, não tem como objetivo o interesse de definir a empresa do ponto de vista jurídico ou contábil. A empresa é vista com uma unidade técnica de produção, propriedade de indivíduos ou famílias que compram fatores de produção para produção de bens e serviços.

No cenário empresarial atual de mudança e complexidade crescentes, a imagem de empresas isoladas competindo no mercado de forma atomística não é mais adequada (Gulati, Nohria & Zaheer, 2000).

A estratégia competitiva da firma consiste no conjunto de seus planos para obtenção de sucesso no mercado e, toda vez que for possível, de uma vantagem competitiva sobre as firmas rivais. O incentivo de lucro que os competidores têm para desenvolver uma estratégia para ganhar tende a criar uma interdependência estratégica entre os competidores. (Thompson & Formby, 2003)

O objetivo deste artigo é apresentar a movimentação das empresas do setor de mineração e siderurgia tem atuado em alianças e redes fatores organizacionais e macroambientais.

ECONOMIA BRASILEIRA

A economia brasileira vem tendo um excelente desempenho no que diz respeito a reorganização de vários de seus indicadores na busca de uma sólida base para a manutenção de um desenvolvimento sustentável, embora o crescimento econômico do último ano não tenha atingido uma taxa expressiva. A qualidade estrutural da economia brasileira se mostra muito distinta e superior a que existia há três anos. Entretanto, ainda há vários aspectos críticos e desafios que precisam ser superados os quais ainda não puderam ser adequadamente enfrentados, mesmo já dispondo das condições necessárias para superação paulatina.

A política econômica do Brasil tem se caracterizado por um rígido controle da inflação, situação que esteve durante muito tempo fora do controle no país e desorganizou severamente sua vida econômica. Com a perspectiva de se voltar a uma situação sem controle em 2003, foi realizado um esforço de alto custo social, que felizmente tem sido bem sucedido. Em 2005, a taxa de inflação foi de 5,69%, abaixo das taxas de 7,60% de 2004; 9,10% de 2003 e 12,53% de 2002. Para 2006 a taxa foi de 3,14%, em 2007 a taxa foi de 4,46 e previsto para 2008 uma taxa de 4,5 %. Neste contexto, o crescimento econômico do Brasil em 2005 ficou aquém das mais pessimistas expectativas com a taxa de 2,3%, inferior a de 4,94% obtida em 2004 e bem superior a de 0,54% obtida em 2003 (PIB).

A desagregação dos macrosetores da economia nacional permite observar que a indústria apresentou o melhor resultado com expansão de 2,5%. A agropecuária, por sua vez, teve crescimento de 0,8% e os serviços, 2%. E, a indústria extrativa mineral, após onze anos de crescimento ininterrupto, apresentou um notável salto de 10,9% em 2005.

A Economia Mineral, em particular, energizada pela recuperação das mineral commodities, passa por uma verdadeira euforia, desenhando um novo boom minero-econômico, com reflexos altamente positivos na elevação de investimentos externos diretos líquidos maior confiabilidade do investidores – atraídos pela estabilidade da economia nacional, evidenciado pelas sucessivas quedas no índice de risco-País (215 pontos, 01/03/2006) – e, fundamentalmente, pelas reconhecidas vantagens comparativas das jazidas e minas, condicionadas pela admirável Geodiversidade do Brasil. O fluxo de comércio internacional tem apresentado uma expansão contínua, mantendo uma balança superavitária com recordes sucessivos, reflexo positivo da diversificação da pauta de exportações e ampliação da relação com outros blocos de comércio internacional além do americano, em particular o asiático. Neste contexto, a Economia Mineral do País tem ocupado posição de destaque na formação da balança comercial – favorecida pela recuperação dos preços internacionais das mineral *commodities* – com expressivo desempenho da Indústria Extrativa Mineral, fechando o ano com um índice da ordem 10,9%.

O interesse de corporações transnacionais pelo Setor Mineral Brasileiro está estreitamente associado à Geodiversidade do País, ao potencial de crescimento da demanda por commodities minerais, nos mercados interno e

As multinacionais brasileiras compraram muitas empresas no em território estrangeiro, principalmente America do Sul e do Norte, com grande destaque para o setor de siderurgia e mineração.

Dentre as negociações de destaque de 2007 tem-se:

- O Grupo Gerdau comprando a empresa Chaparral Steel Company por 4,2 bi de dólares;
- O Grupo Gerdau comprando a Macsteel por 1,7 bi de dólares;
- A Votorantim Metais comprando a US Zinc por 0,3 bi de dólares;
- E a CVRD comprando a participação minoritária da siderúrgica Sparrows Point da Arcelor Mittal por 0,27 bi de dólares.

REFERENCIAL TEÓRICO

O saber convencional em economia diz que as decisões e o comportamento empresarial são governados pela concorrência e pelas condições de mercado. A firma é vista como reagindo e respondendo a concorrência de oferta e demanda – forças que estão além de sua influencia e capacidade de controle. (Thompson & Formby, 2003)

A estratégia de concorrência que uma firma adota é muito importante sob vários pontos de vista. Para começar, uma grande variedade de fatores condiciona a estratégia competitiva que uma firma escolhe: as tendências e os hábitos de compra dos consumidores, a inovação tecnológica, as pressões dos concorrentes, as exigências de investimento em capital, as expectativas de lucro, a condição financeira da firma, um julgamento a respeito de se os talentos e o conhecimento da gerência permitem à firma gerir com êxito um negócio em particular, os valores pessoais e as aspirações da diretoria, as obrigações da firma com outros segmentos da sociedade além dos acionistas e as regulamentações do governo. (Thompson & Formby, 2003)

Grande parte da elaboração de uma boa estratégia lida com a questão de como iniciar e influenciar, em vez de apenas responder e reagir às mudanças na relação produto-cliente-tecnologia-concorrência que ocorrem no mercado. O teste decisivo para uma boa estratégia, de fato, é a extensão na qual a mesma aumenta a capacidade da firma de competir de forma bem sucedida no mercado, fornece vantagem competitiva e permite obter lucros acima da média.

Para sustentar sua vantagem competitiva, um número crescente de empresas no Brasil, como no resto do mundo, está estabelecendo múltiplas alianças de diferentes tipos, constituindo-se em redes, inclusive virtuais (Pitassi & Macedo-Soares, 2002). Em particular no ambiente global, a busca da competitividade das empresas se reforça sob esta perspectiva, onde é absolutamente decisivo o papel e a importância das relações e redes inter-firmas que atravessam fronteiras das indústrias e países.

Também na área acadêmica, tem havido inúmeras pesquisas relacionadas ao estabelecimento de relacionamentos estratégicos, tais como joint ventures e outros tipos de alianças, bem como redes de relacionamento. Estas configurações em redes são cada vez mais importantes e críticas para o desempenho e a conduta das empresas na maioria das indústrias

Conseqüentemente, os modelos tradicionais de competição que analisam apenas a estrutura da indústria e os recursos da empresa e não levam em conta a formação e a dinâmica das redes são insuficientes para explicar adequadamente o desempenho das empresas que atuam em redes, ou para auxiliar a formulação e implementação de novas estratégias. Entretanto, as suas implicações estratégicas têm sido não somente pouco investigadas, mas também pouco consideradas no planejamento das empresas.

No caso do Brasil, Tavares (2002) constatou que dois terços das maiores empresas líderes (67%) estabelecem alianças estratégicas principalmente buscando o compartilhamento de recursos / competências complementares e a redução de custos. Sua pesquisa revelou também que já um terço das maiores empresas líderes no país atua em redes estratégicas, sendo que a grande maioria percebe que estas influenciam seu desempenho e mudam a natureza da competição.

A indústria siderúrgica é marcada pela consolidação, reestruturação e internacionalização dos produtores, incluindo uma série de fusões, aquisições, reestruturações e formação de alianças e blocos estratégicos envolvendo os principais participantes do setor, que extrapolam as dimensões nacional e regional, principalmente na Europa Ocidental e na Ásia (De Paula 2000b). No caso americano, por exemplo, a colaboração entre empresas do setor é motivada pela necessidade de recursos ou de sua utilização, que extrapola as fronteiras da empresa (Ojode 2000). Recentemente, a indústria de minério de vem também passando por um intenso processo de consolidação, ampliando a pressão sobre as siderúrgicas, levando a participação das três maiores empresas no comércio transoceânico de minério de ferro (CVRD, Rio Tinto e BHP-Billiton) de 47,5% em 1996 para 71,4% em 2000 (De Paula, 2000a). Por outro lado, apresenta alianças com parceiros na siderurgia visando aprofundamento de relacionamentos comerciais, desenvolvimento de projetos e tecnologias (Tex Report 2002a; Tex Report 2002b, Neves 2001).

O centro da arena competitiva, onde a maior parte das ações toma lugar, envolve as manobras feitas pelas firmas rivais com o objetivo de vender versões alternativas de um mesmo produto ou serviço.

CONCLUSÃO

Uma firma possui vantagem competitiva toda vez que possui algum diferencial com relação as suas rivais. A estratégia competitiva aborda os planos da firma para tentar ter melhor desempenho que seus concorrentes. Esse plano, que evolui de forma mais ou menos continua em resposta às mudanças nas condições de mercado e de concorrência.

Depois de um longo período com a economia brasileira estagnada, os grandes grupos do setor de mineração e siderurgia mudaram suas estratégias onde antes era conseguir sobreviver às crises econômicas internas, hoje tem como estratégia o crescimento e fortalecimento seja este em forma de aquisição ou crescimento orgânico (aumento de produção em jazidas próprias).

A grande demanda dos mercados consumidores de minerais e produtos siderúrgicos, principalmente pelo mercado asiático, tem sido o grande impulsionador desta mudança de cenário.

Para o ano de 2008 já foram adquiridas e anunciadas ofertas públicas de compras de empresas além da criação de novos negócios dentro de organizações já fortalecidas e estabelecidas no mercado.

A Vale anunciou publicamente que tem grande interesse na aquisição da mineração anglo-suíça Xstrata PLC, conforme editorial publicado no dia 29 de fevereiro de 2008 pela Revista Brasil Mineral.

O Crescimento da MMX nos últimos 4 anos tem demonstrado o grande potencial do mercado de mineração. Em notícia veiculada no site da revista Brasil mineração, no dia 4 de julho a conclusão da compra de direitos minerários da Bom Sucesso, no qual a operação tem um valor de US\$ 193,3 milhões. Esta mina de propriedade anterior da LGA fica no município de Bom Sucesso em Minas.

De acordo com instituto IBRAM (Instituto Brasileiro de Mineração), a atividade mineradora lidera a lista de investimentos previstos no Brasil até 2012. As mineradoras irão investir US\$ 47 bilhões nos próximos 4 anos.

Com estes anúncios as perspectivas para os próximos anos no mercado de mineração e siderurgia são grandes alianças e a continuação de formação de grandes conglomerados empresariais.

BIBLIOGRAFIA

DE PAULA, G. Mudanças Patrimoniais na Indústria de Minério de Ferro e seus Impactos na Competitividade da Siderurgia Brasileira. Texto para Discussão, Uberlândia, Instituto de Economia da Universidade Federal de Uberlândia, 2000a.

DE PAULA, G. Consolidação da Siderurgia Mundial. *Metalurgia & Materiais*, p. 260-264, 2000b.

GULATI, R.; NOHRIA, N.; ZAHEER, A. Strategic Networks. *Strategic Management Journal*, v. 21, p. 203-215, 2000.

NEVES, RENATO (Presidente Rio Doce Asia). "How CVRD Can Contribute to the Growth of the Chinese Steel Industry". 2nd International China Steel & Raw Materials Conference, Metal Bulletin, Shanghai, China, November 2001.

OJODE, LUCY AKUMU. "A Resource-based View of Strategic Alliances: Organizational Capabilities, Governance, and Performance". Dissertação de Doutorado em Administração, Universidade de Illinois em Urbana-Champaign, 2000.

PITASSI, C.; MACEDO-SOARES, T.D.L.v.A. Redes Estratégicas Virtuais: Resultados Preliminares de um Estudo Exploratório. Salvador, CD ROM do XXVI ENANPAD, Seção "Administração da Informação", 2002.

TAVARES, M. Alianças e redes estratégicas: as tendências nas empresas líderes no Brasil. Dissertação de Mestrado, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Administração/IAG, 2002.

TEX REPORT. "Mining Area C Project of BHP-Billiton". 10/04/2002.

TEX REPORT. "Rio Tinto to Begin Construction of Hismelt Plant in Fourth Quarter of 2002". 26/04/2002.

Consulta realizada no dia 04 de julho ao Site: <<http://brasil.infomine.com/news>>