

**III Seminário de Pesquisa Interdisciplinar  
A primeira década novo milênio: sociedade, instituições e inovações  
Universidade do Sul de Santa Catarina, SC, Brasil, 9, 10 e 11 de maio de 2011**

**ALGUMAS REFLEXÕES SOBRE O IMPACTO DA TAXA DE CÂMBIO NOS  
NEGÓCIOS INTERNACIONAIS NA NOVA ECONOMIA DO CONHECIMENTO<sup>1</sup>**

**Joseane Borges de Miranda<sup>2</sup>  
Juçara Salete Gubiani<sup>3</sup>  
Paulo Maurício Selig<sup>4</sup>**

**Resumo:**

A atual economia, centrada nos recursos do conhecimento, desloca o foco dos fatores tradicionais de produção para os recursos intangíveis do conhecimento. As informações disponíveis são transformadas em conhecimento e agregam valor para as organizações. Nessa nova economia, os negócios internacionais continuam envolvendo os conceitos de comércio internacional e de produção no exterior. O marketing internacional possui orientação policêntrica, com ênfase na adaptação do produto e na promoção em mercados estrangeiros. O conceito de competitividade sistêmica destaca a importância da competição como um sistema. A taxa de câmbio na primeira década do novo milênio não mudou de conceito e/ou de comportamento, porém é mais afetada pelas oscilações internacionais possibilitadas pela facilidade de circulação de capital ao redor do mundo. Facilidade proporcionada pela os novos paradigmas da sociedade da informação e do conhecimento. Como reflexão final fica o desafio de continuar com um mercado livre e arcar com os impactos externos desta não intervenção, à exemplo da desvalorização do dólar americano, medida tomada no âmbito nacional daquele país, que afeta diretamente os negociadores nacionais.

**Palavras-chave:** economia do conhecimento, marketing internacional, câmbio

**Abstract**

The knowledge economy shifts its focus from traditional production factors for knowledge, this knowledge is facilitated by the transformation roughly the information into something with added value to organizations. In this new economy international

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao GT4 – Relações Internacionais na “A primeira década novo milênio” do III Seminário de Pesquisa Interdisciplinar – Florianópolis, 9,10 e 11 de maio de 2011.

<sup>2</sup> Mestre; Coordenadora do Curso de Ciências Econômicas – UnisulVirtual; Doutoranda do EGC(Engenharia e Gestão do Conhecimento) UFSC; Pesquisadora do NGS (Núcleo de Gestão para Sustentabilidade)

<sup>3</sup> Mestre; Professora da UFMS; Doutoranda do EGC (Engenharia e Gestão do Conhecimento).

<sup>4</sup> Doutor; Coordenador do Programa de Pós Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento; Coordenador do grupo de pesquisa NGS (Núcleo de Gestão para Sustentabilidade)

business still involves the concepts of international trade and production abroad. The international marketing orientation has polycentric, with emphasis on product adaptation and promotion in overseas markets. The concept of systemic competitiveness highlights the importance of competition as a system. The exchange rate in the first decade of the new millennium has not changed in concept and/or behavior, but is more affected by fluctuations permitted by the ease of international movement of capital around the world. Facility provided by the new paradigms of information society and knowledge. As a final challenge is to continue with a free market and bear the external impacts of non-intervention, for example the weakening U.S. dollar, a measure taken under a national of that country, which directly affects the national negotiators.

**Keywords:** knowledge economy, international marketing, foreign exchange

## 1. Introdução

A transformação da sociedade industrial, tal qual, tínhamos até então calcada na produção industrial e baseada principalmente em capital, para uma sociedade do conhecimento passa pelo atual grau de desenvolvimento econômico. Nos dias atuais não basta um país crescer, ou seja, elevar a renda nacional (PIB) e a renda per capita, tem que se desenvolver e para isto precisa melhorar seus índices de inclusão social e digital, por meio de investimentos em educação, saúde e saneamento básico, dentre outras medidas. Além, de almejar o desenvolvimento econômico cada vez mais os países se preocupam com o ecodesenvolvimento, ou seja, preservar os recursos naturais e o meio-ambiente está na pauta de uma sociedade desenvolvida. Mudanças demográficas como a concentração da maioria da população nas cidades, aumento da expectativa de vida, mudanças na composição familiar, no Brasil, por exemplo, em 1970 em média uma família tinha seis filhos hoje este número reduziu bastante passando para menos de dois filhos por família, estatisticamente falando. Estas mudanças corroboram para novas necessidades da nova sociedade.

Estas mudanças dos últimos anos, tanto demográficos como no objetivo das sociedades desenvolvidas que almejam maior bem-estar, rompem com a hegemonia da sociedade industrial intensiva em capital, mão-de-obra e recursos naturais. Já passamos por períodos da economia industrial intensiva em mão-de-obra desvalorizada com baixos níveis de educação e com ampla degradação dos recursos naturais, para uma fase que se intensificou em capital investindo em máquinas e automação, ou seja, desprezando a participação humana nos processos

produtivos e inovativos. Como a competitividade esta atrelada a inovação, e esta à capacidade de inovar das empresas cada vez mais se observa como estratégia errônea restringir a participação da mão-de-obra neste processo. O que também não foi resolvido com a era da informação substituindo a mão-de-obra braçal por máquinas no advento da automação. Essa simplificação das linhas de produção, fez com que as indústrias perdessem a criatividade e o *feedback* da experiência humana e sua capacidade de transformação.

Além destas mudanças a sociedade vem se deparando com um fenômeno mundial que é a globalização da economia, hoje totalmente intensificado, que aliada ao revolução do desenvolvimento tecnológico e flexibilização dos processos produtivos traçam uma nova perspectiva para economia. A globalização trouxe para as empresas que eram protegidas em seus países, como era o caso da maioria dos setores produtivos no Brasil até 1990, a concorrência global. Hoje as empresas precisam ser competitivas interna e externamente, o marketing global é uma estratégia de sobrevivência neste novo mercado sem fronteiras. Muitas vezes não basta participar apenas como exportador se faz necessário abrir uma filial ou um escritório em outros países para não se perder mercado, além, do que, se a empresa não se expandir ainda pode perder seu mercado interno por meio da contestação de seu mercado por uma empresa multinacional.

A globalização evidenciou a grande revolução tecnológica por qual o mundo está passando praticamente em todas as áreas, hoje, por exemplo, já temos colheitadeiras com computadores de bordo o que aumentando a quantidade de grãos colhidos e por conseqüência a produtividade no campo. Mas, sem dúvida a grande revolução esta centrada na comunicação e na difusão do uso da internet. Além de ser uma revolução ela se disseminou muito rápido, fazendo com que as diferenças sócio-culturais e econômicas sejam extremamente encurtadas ao redor do mundo. Desta forma, um consumidor brasileiro sabe em poucos segundos tudo sobre um bem que gostaria de consumir.

Na atual conjuntura econômica internacional, notadamente caracterizada pela globalização, o Brasil procurou intensificar as políticas públicas que possibilitassem o aumento da eficiência econômica, visando obter ganho de competitividade no

mercado internacional conforme destaca Kotabe e Helsen<sup>5</sup>, há uma diferença entre comércio internacional – que consiste apenas em exportadores e importadores, e negócios internacionais, que representa um conceito mais amplo, incluindo o comércio internacional e a produção no exterior.

Na primeira década do novo milênio, apesar dos novos desafios tecnológicos a principal variável impactante é o câmbio. Este artigo tem como objetivo apresentar uma breve reflexão sobre os negócios internacionais destacando a relevância da variável câmbio como norteadora desta relação externa. Em um mundo mais globalidade e tecnológico, destacando no novo foco da economia do conhecimento. Este foco daria mais agilidade nas repostas a possíveis crises e mudanças nos setores produtivos. Isso porque a competitividade não pode mais ser dissociada do sistema em que a organização esta inserida, sistema este que é global.

Se estivermos negociando em território nacional a questão da moeda não é um obstáculo, mas para uma inserção neste mundo mais globalizado, e nos novos conceitos da nova economia, baseada em nas revoluções tecnológicas. Faz-se necessário uma visita aos principais conceitos de taxa de câmbio, principalmente quando não se tem uma moeda hegemônica, como é o caso do Brasil. Muitas vezes a empresa fabrica um produto em território nacional com qualidade equivalente ou superior a de outros mercados, porém, perde competitividade via preço, dado à política cambial do Brasil em vigor naquele momento, ou a política cambial do seu parceiro externo.

A metodologia esta focada em dados qualitativos dos principais temas, como uma pequena inserção de dados quantitativos para exemplificar a taxa de câmbio. De acordo com Triviños<sup>6</sup> o enfoque qualitativo, tem ampla liberdade teórico-metodológica para realizar o estudo. O autor afirma ainda que os limites de sua iniciativa particular estarão exclusivamente fixados pelas condições de exigência de um trabalho científico. Ademais, é preciso considerar que “a pesquisa qualitativa responde a questões muito particulares.

---

<sup>5</sup> KOTABE, M., HELSEN, K. *Administração de marketing global*. São Paulo: Atlas, 2000.

<sup>6</sup> TRIVIÑOS, A. N. S. *Introdução à Pesquisa em Ciências Sociais: a pesquisa qualitativa em educação*. São Paulo: Atlas, 1992.

Além desta introdução o artigo está dividido em mais três seções para facilitar o entendimento do tema abordado, na segunda intitulada a nova economia do conhecimento, resgatamos a discussão da importância da informação e do conhecimento da tomada de decisões dos agentes produtivos. Na terceira, marketing internacional e competitividade, procuramos dar ênfase na importância de se ampliar o conceito de ambos para que a organização tenha condições de responder mais rapidamente a possíveis oscilações negativas de seu mercado. Na quarta, procuramos desvendar os principais jargões do mercado cambial e da formação do conceito de taxa de câmbio, sem a pretensão de esgotar tão vasto assunto. Na quinta e última seção chegamos a algumas reflexões finais.

## **2. A nova Economia do conhecimento**

A nova economia do conhecimento está inserida no novo conceito de sociedade do conhecimento. Entender esta nova sociedade requer rever alguns conceitos tais como a importância dos fatores de produção, a utilização da tecnologia para tratamento de dados e transformação destes em inovação e por consequência fatores competitivos.

O novo patamar de desenvolvimento social e econômico somado a globalização dos mercados e a revolução da comunicação formam uma nova sociedade. Esta nova sociedade – a sociedade do conhecimento – é caracterizada pela mudança na fonte principal de riqueza de recursos naturais, mão-de-obra e capital da era industrial para o conhecimento. Desta forma, a economia do conhecimento tem como seu grande agregador de valor o conhecimento. Não que os outros recursos sejam desprezados, pelo contrário, o conhecimento é agregado como o quarto fator de produção, porém é o mais importante para este novo paradigma econômico.

Para países na vanguarda da economia mundial, o conhecimento se tornou o fator mais importante que determina o padrão de viver talvez, mais que terra, ferramentas, trabalho. Hoje, economias tecnologicamente avançadas são verdadeiramente conhecimento-baseadas. *World Development Report*, apud Ernst e

Young<sup>7</sup>. Para Houghton e Sheehan<sup>8</sup>, a codificação e a coleta de informações estão focalizadas no conhecimento tácito das pessoas. A aprendizagem envolve tanto a aprendizagem formal, como a aprendizagem pela descoberta (*learning-by-doing*, *learning-by-using* e *learning-by-interacting*). Mais afinal o que é conhecimento neste contexto?

Na literatura temos vários conceitos de conhecimento, vamos começar com dois autores da área de pedagogia. Para Luckesi<sup>9</sup>, conhecimento é citado como uma forma ao mesmo tempo teórica-prática e prático-teórica de compreender a realidade que nos cerca. Segundo Morin<sup>10</sup> conhecimento não se reduz à informação. Essa é um primeiro estágio daquele. Conhecer implica em um segundo estágio, o de trabalhar com as informações classificando-as, analisando-as e contextualizando-as.

Estes conceitos requerem ação humana, como é usado pelos autores de gestão do conhecimento, tais como, Terra<sup>11</sup>, Davenport<sup>12</sup>, Sveiby<sup>13</sup>, Nonaka & Takeuchi<sup>14</sup>, Figueiredo<sup>15</sup>, Davidson<sup>16</sup>, como veremos abaixo. Para Sveiby<sup>17</sup> define conhecimento como um processo dinâmico, pessoal e diferente de informação.

O conhecimento, segundo Drucker<sup>18</sup>, é a informação que muda algo ou alguém. A informação é o veículo do conhecimento e, como tal, a ciência da informação supre o referencial teórico para lidar com a gestão do conhecimento. Hoje a economia mundial não poderia funcionar sem os computadores para

---

<sup>7</sup> ERNST & YOUNG New Zeland (1999). The knowledge economy. *New Zeland Governament*. New Zeland: Ernest e Young, august, 1999. ([www.knowledge.gen.nz](http://www.knowledge.gen.nz))

<sup>8</sup> HOUGHTON, J., SHEEHAN, P. A Primer on the Knowledge Economy. Australia: Victoria University. *Centre for Strategic Economic Studies*. February, 2000.

<sup>9</sup> LUCKESI, C.C. *Filosofia da educação*. São Paulo: Cortez, 1994

<sup>10</sup> MORIN, E. *Ciência con consciencia*. Barcelona: Anthropos, Editorial del Hombre, 1994

<sup>11</sup> TERRA, J.C.C. *Gestão do conhecimento*. São Paulo: Negócios, 2001.

<sup>12</sup> DAVENPORT, T.H. *Pense Fora do Quadrado*, Editora Campus, 2005.

<sup>13</sup> SVEIBY, K. E. *Gestão do Conhecimento: As lições dos pioneiros*. Global Brands Sveiby e Associados: 2001. Disponível em: <http://www.sveiby.com/articles/Pioner.pdf>

<sup>14</sup> NONAKA, I.; TAKEUSHI, H. *Criação de conhecimento na empresa: Como as grandes empresas japonesas geram a dinâmica da inovação*. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

<sup>15</sup> FIGUEIREDO, S. P.; *Gestão do conhecimento: estratégias competitivas para a criação e mobilização do conhecimento na empresa*. Rio de Janeiro: Qualitumark, 2005.

<sup>16</sup> DAVIDSON, S. Knowledge Management: An Overview. In: *DM Direct Newsletter Archives*, 1998. Disponível em: [http://www.dmreview.com/article\\_sub.cfm?articleId=904](http://www.dmreview.com/article_sub.cfm?articleId=904)>. Acesso em: 29 de abril de 2011.

<sup>17</sup> SVEIBY, op.cit.

<sup>18</sup> DRUCKER, P. *Sociedade pós-capitalista*. São Paulo: Pioneira, 1994

informatizar o conhecimento, para estruturar os dados e transmiti-los em décimos de segundo Fontain<sup>19</sup>.

Para Davenport e Prusak,<sup>20</sup> o conhecimento é a informação mais valiosa, precisamente porque alguém deu a informação um contexto, um significado, uma interpretação; alguém refletiu sobre o conhecimento, acrescentou a ele sua própria sabedoria, considerou suas implicações mais amplas. O conhecimento ainda implica na síntese de múltiplas fontes de informações e também é tácito, existe simbolicamente na mente humana e é difícil explicitar.

Nonaka e Takeuchi<sup>21</sup>, definem criação de conhecimento organizacional como a capacidade de uma empresa de criar novo conhecimento, difundi-lo na organização como um todo e incorporá-lo a produtos, serviços e sistemas. Esta seria a nova forma das empresas inovarem e, portanto, serem mais competitivas nesta nova economia. O objetivo da gestão do conhecimento “é assegurar a informação certa, à pessoa certa, no momento certo - dependendo intensamente da tecnologia da informação” (VON KROGH, NONAKA, ICHIJO, p. 39)<sup>22</sup>.

Para Davidson<sup>23</sup>, a gestão do conhecimento promove uma abordagem integrada à identificação, captura, recuperação, compartilhamento e avaliação dos recursos de informação de uma organização.

Sendo assim, Teixeira Filho<sup>24</sup> enfatiza que o conhecimento é um fator decisivo para a sobrevivência da empresa no novo ambiente competitivo. A gestão do conhecimento, de acordo com Fleury e Fleury<sup>25</sup>, está imbricada nos processos de aprendizagem nas organizações, na aquisição e no desenvolvimento de conhecimentos, na disseminação e construção de memórias, em um processo

---

<sup>19</sup> FONTAIN, J. *Building the virtual State, information technology an institutional orange*. Washington, Dc: Booking Institution Press, 2001.

<sup>20</sup> DAVENPORT, T. H., PRUSAK, L. *Conhecimento empresarial: como as organizações gerenciam o seu capital intelectual*. São Paulo: Campus, 1998.

<sup>21</sup> NONAKA e TAKEUSHI, op.cit

<sup>22</sup> VON KROGH, G., ICHIJO, K., NONAKA, I. *Facilitando a criação do conhecimento: reinventando a empresa com o poder de inovação contínua*. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

<sup>23</sup> DAVIDSON, op.cit.

<sup>24</sup> TEIXEIRA FILHO, J. *Gerenciando conhecimento: como a empresa pode usar a memória organizacional e a inteligência competitiva no desenvolvimento de negócios*. Rio de Janeiro: SENAC, 2000.

<sup>25</sup> FLEURY, A. e FLEURY, M. T. L. *Estratégias empresariais e formação de competências*. São Paulo: Atlas, 2000.

coletivo de elaboração das competências necessárias à organização.

Sobre este assunto, Davenport e Prusak<sup>26</sup>, enunciam que “a gestão do conhecimento é muito mais do que a tecnologia, mas, com certeza, a tecnologia faz parte da gestão do conhecimento”. Entretanto, a tecnologia fornece estrutura, mas não o conteúdo a ser difundido na organização. Sveiby<sup>27</sup>, elucida que “certamente a tecnologia é um facilitador, mas por si só não consegue extrair informações da cabeça de um indivíduo” (p. 5).

Para Castells<sup>28</sup>, o que caracteriza a atual revolução tecnológica não é a centralidade de conhecimentos e informação, mas a aplicação desse conhecimento e dessa informação para a geração de conhecimentos e de dispositivos de processamento/comunicação da informação, em um ciclo de realimentação cumulativo entre inovação e seu uso. Para ele impossível negar que a tecnologia da informação, de forma extremamente rápida, está produzindo intensas mudanças nas estruturas das sociedades, apontando, de certa forma, um caminho irreversível. A utilização intensiva das novas Tecnologias da Informação (TIC's), promovem mudanças na forma de produção, de comunicação e de relacionamento entre os agentes sociais.

Segundo Morin<sup>29</sup> conhecimento não se reduz à informação. Essa é um primeiro estágio daquele. Conhecer implica em um segundo estágio, o de trabalhar com as informações classificando-as, analisando-as e contextualizando-as.

A economia do conhecimento é caracterizada pelas fontes fundamentais de riqueza serem o conhecimento e a comunicação, e não mais o capital, os recursos naturais ou mão-de-obra. *“For countries in the vanguard of the world economy, the balance between knowledge and resources has shifted so far towards the former that knowledge has become perhaps the most important factor determining the standard of living – more than land, than tools, than labour. Today’s most technologically advanced economies are truly knowledge-based”*. *World Development Report, 1999 apud Ernst & Young*<sup>30</sup>. Desta forma, a nova economia é intensiva em conhecimento,

---

<sup>26</sup> DAVENPORT e PRUSAK, op. cit.

<sup>27</sup> SVEIBY, op.cit.

<sup>28</sup> CASTELLS, M. *A Sociedade em Rede*. São Paulo: Paz e Terra, 2003.

<sup>29</sup> MORIN, op. cit

<sup>30</sup> ERNST & YOUNG, op.cit.

o que acaba deixando para países subdesenvolvidos a especialidade na economia de produção. A logística industrial era baseada em capital intensivo a logística do conhecimento está baseada em todos os fatores de produção mais conhecimento intensivo. Na nova economia do conhecimento o uso intensivo de conhecimento aliado a tecnologia acaba reduzindo preço dos produtos físicos e agregando valor nos intensivos em conhecimento, como é o caso do computador, cada vez são mais rápidos e menores e relativamente mais baratos, ou seja, o preço do *hardware* decresce, porém, os preços dos *software* aumentam dado a grande incorporação de conhecimento neste produto. Para Luckesi<sup>31</sup> conhecimento é citado como uma forma ao mesmo tempo teórica-prática e prático-teórica de compreender a realidade que nos cerca, sendo produto de um enfrentamento de mundo realizado pelo ser humano que somente faz sentido à medida que o produzimos e o retemos conforme de entender a realidade.

Romer<sup>32</sup> propõem uma teoria do crescimento econômico, rompendo com os modelos neo-clássicos baseados em capital e trabalho, considerando tecnologia e conhecimento como fatores endógenos de crescimento. Desta forma, crescimento econômico é determinado pela acumulação de conhecimento. As inovações tecnológicas criam plataforma técnica para inovação tecnológicas, segue a idéia do empresário inovador de Schumpeter (Ernst & Young)<sup>33</sup>. Na década de 70, a “terceira revolução industrial”, trouxe avanços nas áreas de eletrônica, informática, biotecnologia, engenharia genética e na criação dos novos materiais. Nos anos 80, esses avanços foram aliados às importantes inovações na organização de produção baseadas na flexibilização dos processos produtivos. Estes avanços acirraram a corrida das empresas em direção à busca de inovação, determinando suas decisões estratégicas. Desta forma a difusão das inovações tecnológicas permite diminuir a importância das antigas vantagens comparativas tradicionais, tais como a abundância dos recursos naturais, baixos custos de trabalho e economias de escala. Na década de 90, o movimento é em direção à valorização dos ativos intangíveis para alcançar inovações que garantam vantagens comparativas dinâmicas e com

---

<sup>31</sup> LUCKESI, op.cit

<sup>32</sup> Romer, P. M. Increasing Returns and Long-run Growth. *Journal of Political Economy* 94(5), pp.1002-37.

<sup>33</sup> ERNST & YOUNG, op.cit.

alto grau de fvalor agregado.

Houghton e Sheehan<sup>34</sup>, também sintetizam as características da economia do conhecimento: há um aumento significativo na codificação do conhecimento, o qual junto com as redes e a digitalização da informação, está levando a sua *commodificaton*, e está provocando uma mudança no equilíbrio do estoque de conhecimento, o que é positivo para o crescimento econômico. Além do que, o crescimento cresce com a utilização e é um fator infinito. As TIC's favorecem a difusão da informação do que a re-invenção, reduzindo o investimento necessário para um dado quantum de conhecimento. A codificação está produzindo uma convergência, interligando diferentes áreas de competências, reduzindo a dispersão do conhecimento e aumentando a velocidade de transferência do estoque de conhecimento. A codificação e a coleta de informações estão focalizadas no conhecimento tácito das pessoas. A aprendizagem envolve tanto a aprendizagem formal, como a aprendizagem pela descoberta (*learning-by-doing, learning-by-using e learning-by-interacting*). Organizações em aprendizagem são, cada vez, organizações em rede. Iniciativa, criatividade, resolução de problemas e flexibilidade para mudança são habilidades cada vez mais importantes. Desta forma, a economia baseada no conhecimento é tão diferente da economia baseada no capital que o entendimento da economia tradicional precisa ser re-examinada.

O conhecimento é, portanto, o principal ingrediente que produzimos, fazemos, compramos e vendemos. Administrá-lo e gerenciá-lo tornaram-se atividades econômicas de extrema importância para indivíduos, empresas e países. A obstinação em encontrar, estimular, armazenar, vender e compartilhar o conhecimento não é mais algo incomum. A capacidade mental está em toda parte, com tal intensidade e proximidade como nunca antes. Ao contrário da terra, do petróleo e do ferro, informação e o conhecimento, além de não serem produtos intrinsecamente escassos, crescem quando são compartilhados. Uma economia baseada no conhecimento e na informação possui recursos ilimitados (Sveiby)<sup>35</sup>.

---

<sup>34</sup>HOUGHTON, J. and SHEEHAN, P. Centre for Strategic Economic Studies. Victoria University, Australia, *A Primer on the Knowledge Economy*, John Houghton and Peter Sheehan, February, 2000, (<http://www.cfses.com/primer.htm>)

<sup>35</sup> SVEIBY, op.cit.

### III Seminário de Pesquisa Interdisciplinar

10

**A primeira década novo milênio: sociedade, instituições e inovações  
Universidade do Sul de Santa Catarina, SC, Brasil, 9, 10 e 11 de maio de 2011**

O conhecimento na empresa deve estar associado à sua produtividade, buscando soluções adequadas e inovadoras ao contexto da organização. Desta forma, as organizações da nova economia devem ter capacidade de criação de conhecimento organizacional. Nonaka e Takeuchi<sup>36</sup> definem criação de conhecimento organizacional como a capacidade de uma empresa de criar novo conhecimento, difundi-lo na organização como um todo e incorporá-lo a produtos, serviços e sistemas. Esta seria a nova forma das empresas inovarem e, portanto, serem mais competitivas nesta nova economia. Os negócios internacionais são fontes para se alcançar maior competitividade e por tanto maior lucratividade. Veremos a seguir algumas reflexões importantes tanto de marketing internacional quanto de competitividade.

### **3. Marketing internacional e a competitividade internacional**

Marketing é essencialmente uma atividade corporativa criativa, que envolve o planejamento e a execução da concepção, determinação de preço, promoção e distribuição de idéias, produtos e serviços em uma troca que não apenas satisfaz às necessidades atuais dos consumidores, mas também antecipa e cria suas necessidades futuras com determinado lucro. O comércio internacional consiste nas atividades desempenhadas por exportadores e importadores, com reflexos diretamente verificáveis na balança comercial de cada país. Os negócios internacionais representam, conceitualmente, tanto as atividades relativas ao comércio internacional quanto as operações de produção no exterior. Empresas experientes tendem a fabricar no exterior muito mais do que exportam sendo que, desta forma, a produção no exterior constitui a maior parte dos negócios internacionais, superando o comércio internacional.

Segundo Kotabe e Helsen<sup>37</sup>, as empresas domésticas tendem a ser etnocêntricas e prestam pouca atenção às mudanças que ocorrem no mercado global. O etnocentrismo é definido como a predisposição de uma empresa a estar

---

<sup>36</sup> NONAKA e TAKEUSHI, op.cit

<sup>37</sup> KOTABE e HELSEN, op.cit.

predominantemente preocupada com sua viabilidade mundial, porém com legitimidade apenas em seu país de origem. Como resultado, essas empresas podem estar vulneráveis às mudanças repentinas originadas pela concorrência estrangeira. Tal foi o caso do setor têxtil brasileiro após a abertura comercial. Na nova economia do conhecimento o conhecimento proporcionará respostas mais rápidas as variações internacionais do mercado.

Segundo Kotabe e Helsen<sup>38</sup>, o marketing internacional possui orientação policêntrica com ênfase, sempre que for necessário, na adaptação do produto e da promoção aos mercados estrangeiros. A orientação policêntrica refere-se à predisposição de uma empresa a reconhecer a existência de diferenças culturais locais significativas nos mercados, exigindo que a operação em cada país seja vista independentemente. O marketing global refere-se às atividades de marketing praticadas pelas empresas que enfatizam: (1) a redução das ineficiências de custo e da duplicidade de esforços entre suas subsidiárias nacionais e regionais; (2) as oportunidades para a transferência de produtos, marcas e outras idéias para suas subsidiárias; (3) o surgimento de clientes globais e (4) a melhoria dos vínculos entre infra-estrutura de marketing nacional que levam ao desenvolvimento de uma infra-estrutura de marketing global.

Segundo Kotabe e Helsen<sup>39</sup>, os principais benefícios do marketing global são a redução de custo que decorre da economia na força de trabalho e nos materiais. Quando as funções de marketing nacionais estão consolidadas, as despesas com pessoal são reduzidas porque a duplicação de atividades é evitada. A eficácia na melhoria de produtos e programas, essa pode ser a maior vantagem da adoção de uma estratégia de marketing global.

Por outro lado, pelo lado operacional a revolução digital impacta positivamente nos processos de comercialização internacional proporcionando maior agilidade e facilitando as negociações. Por exemplo, automaticamente e em tempo real, o Siscomex debita os tributos das contas das importadoras e faz os créditos na conta da União, um avanço gigantesco dado pelo setor. Estes benefícios refletem diretamente em redução de custos, eliminação de erros e conseqüentes multas, e

---

<sup>38</sup> KOTABE e HELSEN, op.cit.

<sup>39</sup> KOTABE E HELSEN, op.cit.

#### **A primeira década novo milênio: sociedade, instituições e inovações Universidade do Sul de Santa Catarina, SC, Brasil, 9, 10 e 11 de maio de 2011**

racionalização dos recursos humanos necessários para o controle dos processos.

O conceito de competitividade é bastante discutido na literatura econômica brasileira. Segundo Pinheiro *et al*<sup>40</sup>, a multiplicidade e a diversidade de variáveis que influenciam na competitividade, fazem com que esse conceito permita as mais variadas definições associadas a diferentes indicadores. Pode-se citar os estudos de Gonçalves<sup>41</sup>, Fajnzylber<sup>42</sup>, Durand e Giorno<sup>43</sup>, dentre outros. Por isso, segundo Araújo Jr.<sup>44</sup>, nem sempre é possível estimar os níveis de competitividade por meio de indicadores simples como produtividade, comparações de preços locais e internacionais, ou indiretos, como rentabilidade e exportações. Segundo Porter<sup>45</sup>, que traz uma nova maneira de organizar os indicadores de competitividade do ponto de vista macroeconômico, que é o chamado “diamante”<sup>46</sup>, e também o estudo de Coutinho e Ferraz<sup>47</sup>, que argumentam que competitividade é o grau pelo qual a empresa pode produzir bens e serviços que se submetam satisfatoriamente ao teste dos mercados internacionais. Fajnzylber<sup>48</sup>, propôs a noção de competitividade sistêmica, segundo o qual no mercado internacional não competem apenas empresas, confrontam-se também sistemas produtivos, esquemas institucionais e

---

<sup>40</sup> PINHEIRO, C. A. *et al*. Indicadores de competitividade das exportações: resultados setoriais para o período 1980 – 1988. Rio de Janeiro, IPEA, 1992.

<sup>41</sup> GONÇALVES, R., Competitividade internacional, vantagem comparativa e empresas multinacionais: o caso das exportações brasileiras de manufaturados, *Pesquisa e planejamento econômico*, n. 2, v. 17, Rio de Janeiro, 1987.

<sup>42</sup> FAJNZYLBBER, F., Competitividad internacional: evolución y lecciones, *revista de la CEPAL* n. 36, Santiago, 1988.

<sup>43</sup> DURAND, M., GIORNO, C., Indicators of international competitiveness: conceptual aspects and evaluation, *OECD Economic Studies* n. 9, Paris, 1987

<sup>44</sup> ARAUJO Jr, J. T. Concorrência competitividade e Política Econômica. In: BAUMANN, Renato (org.). *O Brasil e a economia global*. Rio de Janeiro: Campus, 1996.

<sup>45</sup> PORTER, M., *A Vantagem Competitiva das Nações*. Rio de Janeiro: Campus, 1993.

<sup>46</sup> O chamado “diamante” é composto basicamente por quatro determinantes: 1) condições de fatores, ou seja, fatores de produção (tais como recursos humanos, recursos físicos, recursos de conhecimento, recursos de capital e infra-estrutura entre outros) e a eficiência e efetividade com que são distribuídos; 2) condições de demanda – a natureza da demanda interna para os produtores ou serviços da indústria (os atributos mais importantes da demanda são aqueles que proporcionam um estímulo constante para o investimento, inovação e competição em segmentos cada vez mais segmentados); 3) indústria correlatas e de apoio – a presença ou ausência, no país, de indústria abastecedoras e industrias correlatas que sejam internacionalmente competitivas; 4) estratégia, estrutura e rivalidade das empresas – as condições que, no país, governam a maneira pela qual as empresas são criadas, organizadas e dirigidas, mais a natureza da rivalidade interna (Porte, 1993, p.87).

<sup>47</sup> COUTINHO, L., FERRAZ, J. C. *Estudo de Competitividade da Indústria Brasileira*, São Paulo: Papirus, 1994.

<sup>48</sup> FAJNZYLBBER, op. cit.

organizações sociais. Nota-se maior adequação aos desafios da nova economia baseada em conhecimento intensiva em tecnologia. Em última instância significa que a empresa responderá de forma mais rápida as variações de mercado, tanto as variações positivas como expectativa de aumento de demanda como as negativas, crises em geral. A maioria das variáveis macroeconômicas não são fáceis de prevê, mesmo com um bom modelo econométrico e com dados confiáveis. A tecnologia permite o deslocamento do capital de uma forma muito mais rápida podendo afetar de forma negativa, não só a organização como o país como um todo. Já que o Brasil é tomador de capital externo isso porque não temos poupança interna suficiente para os investimentos produtivos necessários para o crescimento e por consequência o desenvolvimento do país.

Para que uma economia seja competitiva na produção de um bem é necessário que este pertença a uma indústria cuja configuração seja sustentável. Caso contrário, a competitividade será espúria, como diria Fajnzylber<sup>49</sup>, posto que, não resultará de eficiência técnica, mas de fatores artificiais como subsídios governamentais, barreiras comerciais, destruição ambiental ou anomalias nos mercados dos fatores de produção e principalmente, desvalorização cambial e baixos salários. Voltaremos a competitividade espúria após a discussão dos conceitos de taxa de câmbio.

#### **4 - Taxa de câmbio<sup>50</sup>**

A taxa de câmbio é o preço, em moeda nacional, de uma unidade de moeda estrangeira. Em contrapartida poderia ser, também, o preço em moeda estrangeira de uma unidade de moeda nacional. Tudo depende de o país adotar a modalidade do incerto ou do certo na determinação de suas taxas cambiais, uma vez que as relações de valor entre as duas moedas não se alteram utilizando-se qualquer das duas modalidades.

A taxa cambial mede o valor externo da moeda. Fornece uma relação direta entre os preços domésticos das mercadorias e fatores de produção e dos preços

---

<sup>49</sup> FAJNZYLBBER, op. cit.

<sup>50</sup> Este item está baseado em Ratti (1997) e Miranda (2000)

destes nos demais países. Com os preços nacionais e externos a um dado nível, uma valorização cambial prejudicará as exportações e estimulará as importações, o que poderá provocar um déficit na balança comercial. Se, ao contrário, tivermos uma desvalorização cambial, as exportações serão estimuladas e as importações desencorajadas, o que tenderá a provocar um superávit na balança comercial. Essas oscilações impactam a política monetária do país. A taxa de câmbio tem um papel de destaque em qualquer debate sobre estabilização econômica, na medida em que representa um dos mais importantes sinalizadores no contexto macroeconômico em uma economia aberta. Um dos determinantes fundamentais da taxa de câmbio é a paridade do poder de compra (PPC). A PPC indica que a taxa de câmbio entre as moedas de dois países está em equilíbrio quando os preços de uma cesta de bens e serviços, em ambos os países, são iguais. Os fatores macroeconômicos que influenciam as taxas de câmbio são: inflação relativa; balanço de pagamento; reservas bancárias; crescimento econômico; gastos governamentais; aumento da oferta monetária; política de taxas de juros. Os fatores políticos são: controle da taxa de câmbio; ano de eleição, dentre outros fatores aleatórios, como a atual crise econômica nos Estados Unidos.

Como qualquer mercadoria exposta à venda, as divisas estrangeiras estão sujeitas à lei da oferta e da demanda, motivo pelo qual a taxa cambial, ou seja, o preço dessas divisas poderá ser explicada mediante utilização dos mesmos artifícios gráficos e/ou econométricos comumente utilizados para explicar-se a formação dos preços em geral. Essa oferta e essa demanda de divisas poderão representar o movimento normal das transações realizadas com o exterior (exportação e importação de mercadorias, pagamentos ou recebimento de serviços, entrada ou saída de capitais etc.), como também poderão ser resultantes de manobras especulativas por parte de grupos interessados em auferir lucros com as elevações e quedas bruscas das taxas cambiais. Com o objetivo de eliminar as flutuações exageradas, o governo poderá intervir no mercado, seja mediante congelamento da taxa cambial, seja por meio dos chamados fundos de estabilização cambial. Após a crise Norte Americana, desencadeada pela bolha hipotecária, discute-se a maior interferência do governo na fiscalização das instituições financeiras assim como

possíveis alternativas de criação de barreiras e/ou regras de permanência para os capitais externos.

Taxa de compra e de venda é a cotação que o operador de câmbio dos bancos autorizados utiliza para as operações de compra/venda de uma determinada moeda. Exemplo: US\$ 1,00 está cotado a R\$ 1,5600/1,5780<sup>51</sup>. A cotação para a compra pelos bancos é a da esquerda, isto é, os bancos estão dispostos a comprar dólar americano por R\$ 1,5600. A cotação para a venda pelos bancos é a da direita, isto é, os bancos estão dispostos a vender dólar americano por R\$ 1,5780. A diferença entre a taxa de comprar e a taxa de venda da moeda estrangeira negociada é o *spread*, diferencial esse com que os bancos ou estabelecimentos autorizados a operar em câmbio cobrem seus custos e realizam seus lucros.

Taxas livres são aquelas provenientes das condições de oferta e procura de divisas em um mercado livre de câmbio, admitindo-se, contudo, a possibilidade de uma intervenção das autoridades monetárias mediante operações de compra e venda de divisas, com o objetivo de evitar variações excessivas das taxas. Estas taxas são utilizadas nas operações comerciais de exportação/importação e nas operações financeiras de empréstimos externos e no envio, ao exterior, de suas respectivas remunerações. Taxas oficiais são as determinadas pelas autoridades monetárias, não resultando, assim, do livre entrecabo das condições de oferta e procura; embora estas possam, em grande parte, influenciar o pensamento das autoridades monetárias na determinação do nível das taxas oficiais. Nesta primeira década do milênio o governo tem evitado a intervenção no mercado. É interessante notar que as organizações apresentam demandas conflitantes sobre o câmbio, precisam de um dólar barato para importar insumos e máquinas, mas de um dólar caro, ou seja, desvalorização cambial .

Taxas prontas (*spot*) são aquelas aplicadas em operações de compra e venda de moeda estrangeira onde ela é entregue dentro do prazo de até dois dias úteis, contando da data da negociação. Taxas futuras (*forward*) referem-se a transações de compra e venda de moeda estrangeira onde a entrega dessa moeda e seu pagamento somente ocorrerão após o período de tempo concordado entre as

---

<sup>51</sup> Esta é a cotação do dia 15/04/2011, fechamento, a cotação é atualizada em 10 e 10 minutos. No fim do dia a cotação é fechada. In: <http://www4.bcb.gov.br/pec/taxas/port/ptaxnpsq.asp?id=txcotacao> acesso em 18/04/2011. O Bacen além de dar a cotação traça gráficos das oscilações.

**A primeira década novo milênio: sociedade, instituições e inovações  
Universidade do Sul de Santa Catarina, SC, Brasil, 9, 10 e 11 de maio de 2011**

partes. Segundo Lunardi<sup>52</sup>, em função da expectativa de valorização ou desvalorização da moeda nacional, a taxa futura pode ser apresentada com prêmio ou desconto. A expectativa é facilmente difundida com a facilidade da comunicação e transmissão de dados. O Brasil adotou nesta primeira década do milênio o sistema de taxas flutuantes de câmbio, em que o Banco Central passaria a intervir no mercado apenas para controlar situações de volatilidade excessiva.

O mercado onde as moedas estrangeiras são negociadas é chamado de mercado cambial. Uma das alternativas de se comparar as taxas retirando as variações de inflação é a taxa de câmbio real como parâmetro para medida de competitividade, desenvolvida entre outros autores por (Dornbusch<sup>53</sup>, Katseli<sup>54</sup>, Harberg<sup>55</sup>, Dornbusch e Fischer<sup>56</sup>), tem como objetivo medir o nível de competitividade externa dos bens produzidos no país relativamente aos bens produzidos no resto do mundo. A Taxa de Câmbio Real ( $R$ ) é obtida por meio da

$$R = \frac{e_t \cdot P_{ft}}{P_t}$$

seguinte expressão:  $P_t$ , sendo que  $P_t$  e  $P_{ft}$  são os índices de preços no Brasil e no exterior, respectivamente, e  $e_t$  é o preço em reais da moeda estrangeira, ou seja, a taxa de câmbio nominal do Brasil. No caso do cálculo da taxa de câmbio real relacionado com a competitividade, Edwards<sup>57</sup>, apresentam a sugestão de usar os índices disponíveis como *proxies* para os preços de bens comercializáveis internamente. O índice de preços no atacado (IPA) confere grande peso aos bens comercializáveis externamente, para o setor industrial e agrícola, e é relevante para comparação de preços relativos em nível do produtor.

Segundo Zini Jr.<sup>58</sup> a taxa efetiva é a taxa de câmbio nominal média observada nas relações comerciais de um país. Usualmente isto equivale a usar

<sup>52</sup> LUNARDI, Ângelo Luiz. *Operações de câmbio e pagamentos internacionais no comércio exterior*. São Paulo: Aduaneiras, 2000.

<sup>53</sup> DORNBUSCH, R. *Open economy macroeconomics*, New York, Basic Book, 1980.

<sup>54</sup> KATSELI, L.. "Real exchange rates in the 1970's. In: BILSON, J., MARSTON, R. (eds.). *Exchange rate theory and practice*. Chicago: University of Chicago Press, 1984. p. 281-333, 1984.

<sup>55</sup> HARBERGER, A.. A balance of payments crises : lessons and experience. Paper presented at the NBER/World Bank Conference on Exchange Rates. Washington, D.C. : *World Bank*. (mimeo), 1984.

<sup>56</sup> DORNBUSCH, R., FISCHER, S.. *Macroeconomics*, 6. ed. S.I., McGraw-Hill, 1994.

<sup>57</sup> EDWARDS, N.G. *Trends in real exchange rate behavior in selected developing countries*. Washington, D.C. : *World Bank*. (Discussion Paper, 16), 1985.

<sup>58</sup> ZINI JR, A. A. *Taxa de câmbio e política cambial no Brasil*. São Paulo: Edusp, 1995.

uma média ponderada das taxas de câmbio do país com o grupo dos principais parceiros comerciais. Estes conceitos de taxa de câmbio real efetiva implicam em usar “pesos comerciais bilaterais” selecionando-se certo número de parceiros comerciais, porém desta forma não captar o chamado efeito terceiros países (*third*

*country effect*). A Taxa de Câmbio Real Efetiva 
$$R_{ef} = \sum_{i=1}^n \frac{w_i \cdot e_{it} \cdot P_{fit}}{P_t}$$
, sendo que  $W_i$  = peso relativo do país  $i$  (somas dos pesos =1);  $e_{it}$  = taxa de câmbio entre o Real e o país  $i$ , no período  $t$ ;  $P_{it}$  é o índice de preço no atacado para país  $i$  e o  $P_t$  é o índice de preço ao consumidor do Brasil para o período  $t$ .

Com estas duas alternativas a organização não ficaria tão atrelada a flutuações de uma única economia.

## 5 - Reflexões finais

No novo milênio as transações ainda serão guiadas ou permeadas pela taxa de câmbio porém, a rapidez a velocidade de deslocamento do capital do investimento especulativo, principalmente, aumentou muito, como reflexo da sociedade da informação. As TIC's facilitaram exemplo impacto da crise norte americana valorização do dólar que gera competitividade espúria, ou seja, não baseada na competência da organização e sim em um artifício do mercado.

Fatores externos variáveis exógenas que afetam a economia local em desenvolvimento. Os negócios internacionais exigem das empresas nacionais além de uma eficiente inserção no mercado global por meio das exportações, a implantação de plantas produtivas em outros países. A evolução produtiva seria passar de um grande exportador para um produtor internacional. Porém, para chegar a este patamar, faz-se necessário um bom entendimento sobre as variações internas da taxa de câmbio, dado que o Brasil não possui uma moeda hegemônica. Por isso, é muito importante para o empresário exportador a temática abordada sobre taxa de câmbio e mercado cambial, pois a taxa de câmbio pode limitar ou ampliar a competitividade de uma indústria ou setor produtivo. Mesmo com a expansão produtiva, ou seja, com a produção no exterior, o que vai requerer todos os cuidados com marketing global, as empresas ainda neste estágio terão que se

#### **A primeira década novo milênio: sociedade, instituições e inovações Universidade do Sul de Santa Catarina, SC, Brasil, 9, 10 e 11 de maio de 2011**

preocupar com as taxas de câmbio dado que a remessa de lucro para matriz ou a compra de matéria-prima será transformada em moeda local. Outra dificuldade mais atual é a crise Norte americana. Como a maioria dos produtos da pauta de transações internacionais ainda são em dólar a desvalorização do dólar se traduz automaticamente em valorização do real. O efeito desta valorização é tornar os nossos produtos mais caros no exterior. A emissão de dólares pelos Estados Unidos é uma medida de política monetária daquele país, porém com o estreitamento do mundo dos negócios afeta diretamente os concorrentes brasileiros, ou seja, a nossa competitividade. A grande reflexão para os próximos dez anos do milênio é dado que a evolução tecnológica deve se intensificar como proteger nossos produtores exportadores sem intervir bruscamente e/ou diretamente no mercado?

#### **Referências bibliográficas**

- ARAUJO Jr, J. T. Concorrência competitividade e Política Econômica. In: BAUMANN, Renato (org.). *O Brasil e a economia global*. Rio de Janeiro: Campus, 1996.
- CASTELLS, M. *A Sociedade em Rede*. São Paulo : Paz e Terra, 2003.
- COUTINHO, L., FERRAZ, J. C. *Estudo de Competitividade da Indústria Brasileira*, São Paulo: Papyrus, 1994.
- DAVENPORT, T.H. *Pense Fora do Quadrado*, Editora Campus, 2005.
- DAVENPORT, T. H., PRUSAK, L. *Conhecimento empresarial: como as organizações gerenciam o seu capital intelectual*. São Paulo: Campus, 1998.
- DAVIDSON, S. Knowledge Management: An Overview. In: *DM Direct Newsletter Archives*, 1998. Disponível em: <[http://www.dmreview.com/article\\_sub.cfm?articleId=904](http://www.dmreview.com/article_sub.cfm?articleId=904)>. Acesso em: 29 de abril de 2011.
- DORNBUSCH, R. *Open economy macroeconomics*, New York, Basic Book, 1980.
- DORNBUSCH, R., FISCHER, S.. *Macroeconomics*., 6. ed. S.l., McGraw-Hill, 1994.
- DURAND, M., GIORNO, C., Indicatos of international competitiveness: conceptual aspects and evaluation, *OECD Economic Studies* n. 9, Paris, 1987
- DRUCKER, P. *Sociedade pós-capitalista*. São Paulo: Pioneira, 1994
- EDWARDS, N.G. *Trends in real exchange rate behavior in selected developing countries*. Washington, D.C. : *World Bank. (Discussion Paper, 16)*, 1985.
- ERNST & YOUNG New Zeland (1999). The knowledge economy. *New Zeland Government*. New Zeland: Ernest e Young, august, 1999. ([www.knowledge.gen.nz](http://www.knowledge.gen.nz))
- FAJNZYLBER, F., Competitividad internacional: evolución y lecciones, *revista de la CEPAL* n. 36, Santiago, 1988.
- FIGUEIREDO, S. P.; *Gestão do conhecimento: estratégias competitivas para a criação e mobilização do conhecimento na empresa*. Rio de Janeiro: Qualitumark, 2005.
- FLEURY, A. e FLEURY, M. T. L. *Estratégias empresariais e formação de competências*. São Paulo: Atlas, 2000.
- FONTAIN, J. *Building the virtual State, information technology an institutional orange*. Washington, Dc: Booking Institution Press, 2001.
- GONÇALVES, R., Competitividade internacional, vantagem comparativa e empresas multinacionais: o caso das exportações brasileiras de manufaturados, *Pesquisa e planejamento econômico*, n. 2, v.

17, Rio de Janeiro, 1987.

HARBERGER, A.. A balance of payments crises : lessons and experience. Paper presented at the NBER/World Bank Conference on Exchange Rates. Washington, D.C. : *World Bank*. (mimeo), 1984.

HOUGHTON, J., SHEEHAN, P. A Primer on the Knowledge Economy. Australia: Victoria University. *Centre for Strategic Economic Studies*. February, 2000.

LUCKESI, C.C. *Filosofia da educação*. São Paulo: Cortez, 1994

LUNARDI, Ângelo Luiz. *Operações de câmbio e pagamentos internacionais no comércio exterior*. São Paulo: Aduaneiras, 2000.

KATSELI, L.. "Real exchange rates in the 1970's. In: BILSON, J., MARSTON, R. (eds.). *Exchange rate theory and practice*. Chicago: University of Chicago Press, 1984. p. 281-333, 1984.

KOTABE, M., HELSEN, K. *Administração de marketing global*. São Paulo: Atlas, 2000.

MORIN, E. *Ciência con consciencia*. Barcelona: Anthropos, Editorial del Hombre, 1994

NONAKA, I.; TAKEUSHI, H. *Criação de conhecimento na empresa: Como as grandes empresas japonesas geram a dinâmica da inovação*. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

PINHEIRO, C. A. *et al*. Indicadores de competitividade das exportações: resultados setoriais para o período 1980 – 1988. Rio de Janeiro, *IPEA*, 1992.

PORTER, M., *A Vantagem Competitiva das Nações*. Rio de Janeiro: Campus, 1993.

Romer, P. M. Increasing Returns and Long-run Growth. *Journal of Political Economy* 94(5), pp.1002-37.

SVEIBY, K. E. *Gestão do Conhecimento: As lições dos pioneiros*. Global Brands Seveiby e Associados: 2001. Disponível em: <http://www.sveiby.com/articles/Pioner.pdf>

TERRA, J.C.C. *Gestão do conhecimento*. São Paulo: Negócios, 2001.

TEIXEIRA FILHO, J. *Gerenciando conhecimento: como a empresa pode usar a memória organizacional e a inteligência competitiva no desenvolvimento de negócios*. Rio de Janeiro: SENAC, 2000.

TRIVIÑOS, A. N. S. *Introdução à Pesquisa em Ciências Sociais: a pesquisa qualitativa em educação*. São Paulo: Atlas, 1992

VON KROGH, G., ICHIJO, K., NONAKA, I. *Facilitando a criação do conhecimento: reinventando a empresa com o poder de inovação contínua*. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

ZINI JR, A. A. *Taxa de câmbio e política cambial no Brasil*. São Paulo: Edusp, 1995.