

# A Importância Econômica das Bolsas de Valores

\*STÉFANO ALMEIDA LOPES

Quando se fala em bolsas de valores se pensa em investimento e, de fato, os dois estão fortemente arraigados. Toda economia para crescer e se desenvolver precisa de investimentos. O mercado de capitais de um país exerce uma função de alta relevância na captação de investimentos, tanto interno quanto externo, e o tamanho e atividade deste mercado está diretamente relacionado com o desenvolvimento de uma economia. Segundo a BOVESPA: *"Quanto mais desenvolvida é uma economia, mais ativo é o seu mercado de capitais."*

*"O volume de investimento depende da relação entre a taxa de juros e a curva da eficiência marginal do capital e a eficiência marginal do capital depende da relação entre o preço da oferta de um ativo de capital e a sua renda esperada"*, afirmou Keynes.

É neste aspecto, das rendas esperadas, que aparece a verdadeira importância da bolsa de valores. As posições dos investimentos, que são baseadas em expectativas dos empresários e investidores acerca do futuro próximo, são reavaliadas diariamente nas bolsas. A bolsa proporciona liquidez para os investimentos no mercado secundário de ações e permite que seja avaliadas as incertezas quanto ao futuro próximo devido as reavaliações diárias que o mercado faz sobre os investimentos. Ela funciona como um termômetro da economia. Seus índices mostram o que os investidores estão pensando acerca do mercado atual e suas crenças nas expectativas futuras. As oscilações dos índices demonstram o estado de confiança de uma economia.

Keynes afirmou que, o estado de confiança, depende das expectativas a longo prazo, que são guiadas pelos fatos que merecem confiança dos agentes dos mercados, e da confiança que são feitas os prognósticos. A conjuntura atual exerce um papel de fundamental importância, pois as expectativas a longo prazo são baseadas nas considerações atuais e na projeção das mesmas, sendo modificada somente à medida que se tenha razão para acreditar que alguma alteração no que se espera do futuro, possa ocorrer.

A importância de tudo isso é

que o estado de confiança é a peça chave na determinação da escala da eficiência marginal do capital. Ora, como a eficiência marginal do capital é uma das principais variáveis do investimento, sua determinação é essencial para o cálculo da viabilidade econômica de qualquer projeto. A dificuldade maior na sua determinação reside em precisar as rendas esperadas futuras de um dado investimento, pois as mesmas são fundamentais no estado de confiança. Por isso, a bolsa é muito importante, pois como citado anteriormente, proporciona liquidez aos investimentos, reduzindo assim, os riscos e incertezas dos investidores, e oferece parâmetros para se poder avaliar quais as perspectivas dos agentes econômicos, facilitando as estimativas das rendas esperadas.

Outra importância da bolsa é que, através da análise do comportamento de sua atividade e de seus índices, pode-se chegar a conclusões que permitem explicar o que ocorre na conjuntura de uma economia. Como exemplo, pode-se citar esta análise extraída do site do CONFECON, que explica a razão da redução de investimentos estrangeiros: *"...As constantes quedas do Nasdaq contribuíram para a elevação do risco Brasil e inibiram a entrada de capitais estrangeiros no País."*

*Pelo que foi citado, pode-se ver como o investimento se relaciona com as expectativas a longo prazo e a importância que a bolsa tem como agente facilitador da redução de riscos e agente de alavancagem da economia.*

Finalizando, a importância das bolsas é bem enfatizada em um trecho de uma publicação da Bolsa de Valores de São Paulo: *"É por meio das bolsas de valores que se pode viabilizar um importante objetivo do capitalismo moderno: o estímulo à poupança do grande público e ao investimento em empresas em expansão, que, diante deste apoio, poderão assegurar as condições para seu desenvolvimento."*●

\* STÉFANO ALMEIDA LOPES é aluno do curso de Economia / UFPI

## UNIVERSIDADE FOR

TIAGO CARDOSO ROSA \*

Essa nova realidade pós-moderna, em que o conhecimento é o principal recurso econômico, quando adequadamente aplicado ao trabalho, permite que processos se realizem de modo mais eficientes, aumentando, assim, as vantagens competitivas das empresas. Para tanto, as grandes organizações empresariais precisam de uma infra-estrutura para alcançar a sua maximização em termos de competição. As empresas vitoriosas são aquelas que aprendem de todas as formas possíveis, e que fazem do aprendizado a sua rotina de trabalho. As empresas que aprendem mais rapidamente conseguem chegar às preferências dos clientes de forma mais eficaz. O conhecimento quando continuamente renovado e aprimorado, é a principal fonte sustentável de vantagem comparativa de uma organização.

James Martin, em seu livro *A Grande Transição*, argumenta que "a tecnologia possibilita a mudança no trabalho e o trabalho precisa mudar radicalmente para tirar proveito da tecnologia". As empresas, entendendo que a revolução do trabalho está associada à revolução da tecnologia, compreenderam que o treinamento constante de seus funcionários é o recurso mais estratégico, quando articulado com seus objetivos. Elas ainda entenderam que, para terem sistemas inteligentes e obterem vantagens competitivas, devem promover algo mais que meros treinamentos específicos, nos quais devem ser trabalhadas a habilidades técnica, humana e conceitual.

A habilidade técnica é caracterizada pela especialização em um determinado tipo de atividades, ou seja, pela capacidade de dominar conhecimentos, utilizar métodos e processos, aplicar técnicas e instrumentos de um campo de especialização. O desenvolvimento dessa habilidade tem como base a educação formal e os treinamentos profissionalizantes, segundo Torres (1996), citado por Rosa (1997).

A habilidade humana compreende a competência demonstrada pelo gerente em trabalhar como integrante de um grupo e alcançar os objetivos preestabelecidos, resultado de um esforço cooperativo dos membros dessa equipe, devido à liderança exercida pelo gerente. A capacidade de liderar as relações interpessoais, os fatores motivacio-



# MAL VERSUS UNIVERSIDADE EMPRESARIAL

cionais, e de influenciar positivamente o clima organizacional devem ser atributos inerentes ao gerente de acordo com Torres (1996), citado por Rosa (1997).

Por último, a habilidade conceitual é a capacidade que permite ao gerente ver a organização como um todo e avaliar o grau de interdependência da organização em relação ao seu ambiente externo, através dos canais de comunicações estabelecidos. Essa habilidade permite ao gerente entender que uma mudança, em qualquer parte da organização, pode afetar toda a sua estrutura, ainda conforme Torres (1996), citado por Rosa (1997).

Todas essas habilidades, bem trabalhadas, promovem o crescimento dos funcionários, transformando o clima organizacional num altamente motivador, garantindo uma empresa sadia e competitiva. Dentro dessa filosofia, as universidades empresariais sentem a necessidade parceria com um provedor educacional, como uma Universidade ou um Centro de Pesquisa, com o objetivo de promover ou garantir que o conteúdo do programa de capacitação seja de alta qualidade, recebendo todos os funcionários, em treinamento, os alicerces para o fortalecimento de suas competências essenciais.

A idéia dessa parceria "universidade empresarial e provedor educacional" é interpretada, pelos funcionários das organizações empresariais, como um sinal de que o referido curso não será útil somente para aquele emprego, e, sim, também essencial na construção do processo de formação profissional e cultural do indivíduo.

Como se percebe, as instituições de ensino superior, enquanto geradoras e transmissoras de conhecimentos, ainda têm e terão importância substantiva na geração de produtos e serviços demandados pela sociedade na qual a instituição está inserida. Isto se constata no argumento do professor Vogt, quando ele afirma que "cabe a universidade o desenvolvimento qualificado do ensino e da pesquisa básica para a formação de profissionais competentes, cabendo-lhes também procurar interferir no processo industrial e tecnológico através de pesquisa aplicada que resulte na busca programática de produto inteligentes".

Nessa mesma direção, o professor Rocha Neto, na intenção de particularizar a questão abordada por Vogt, comenta que a "universidade pública, através da articulação do ensino de pós-graduação, da pesquisa e da extensão, é a que reúne as melhores condições para gerar, transmitir e transferir o conhecimento científico, sendo a única realmente capaz de um empreendimento de tamanha envergadura." Como se observa novamente, a universidade pública, enquanto provedora educacional, é a principal instituição que possui o perfil exato para a preparação do conhecimento sintonizado com as características da sociedade pós-moderna, devido ela ser possuidora das instalações e do capital humano mais qualificado, mais adequados à execução dessa tarefa. Entretanto, para melhor consolidar essas relações, é de fundamental importância a construção de uma política de marketing que tenha como função estratégica facilitar que se processe, entre a instituição de ensino superior e o contexto social produtivo uma boa aliança que garanta uma cooperação, na qual os conhecimentos gerados no meio acadêmico possibilitem ao setor empresarial a sua modernização tecnológica e à universidade o seu desenvolvimento e, ainda, uma receita - tão necessária à execução de seus objetivos - a qual possibilite financiar outras atividades da instituição.

Como o conhecimento nesta realidade pós-industrial é o principal recurso econômico estratégico, a universidade, como geradora desse recurso, encontra, aí, a oportunidade de caminhar rumo ao desenvolvimento da pesquisa de forma mais consolidada, construindo, através da pesquisa consorciada, os conhecimentos essenciais às demandas do contexto social produtivo, sem, ferir o seu conceito de cumunalismo e universidade.

Para que toda essa interação seja efetivada, é necessário que se planejem estratégias de marketing que promovam o produto educacional, gerado em seu ambiente acadêmico, colocando-o à apreciação da comunidade interessada. Como as empresas pesquisam seus clientes para identificar suas preferências, também as organizações universitárias devem identificar as carências do setor empresarial para construir um produto educacional

dentro de suas reais necessidades básicas, sem, contudo, ferir o conceito da instituição como santuário amplo do saber.

Atualmente, os modos de produção estão dentro das características da sociedade pós-industrial, mas, ainda, percebe-se que muitas instituições de ensino superior estão preparando profissionais sintonizados com as necessidades da era industrial. Aí talvez, reside uma das causas do desemprego estrutural, principalmente nos países subdesenvolvidos, pois, há defasagem entre o avanço tecnológico e a competência do recurso humano para operar essa tecnologia.

Segundo a perspectiva teórica adotada no estudo proposto, o grande papel da universidade brasileira - especialmente das públicas - é desenvolver ações que tenham como finalidade relacionar a oferta de conhecimentos tecnológicos que favoreçam ao contexto social produtivo ser mais competitivo neste processo de globalização das atividades econômicas.

Os países chamados ricos, há muito, vêm desenvolvendo essa política de cooperação, tornando suas empresas altamente competitivas e lucrativas neste cenário globalizado de mercados. A prática dessa política, através da pesquisa básica, gera conhecimentos que servirão de suporte para a inovação tecnológica, fazendo surgir novos produtos que satisfaçam as expectativas e preferências dos clientes de forma eficaz. Sendo assim, as empresas que não colocarem o conhecimento como recurso mais importante, não sobreviverão nesta competição de ações internacionalizadas.

Neste contexto, sobreviverão somente aquelas empresas as quais buscam, através do marketing de aprendizado, as expectativas e as preferências de seus clientes na indicação de produtos e serviços que lhes satisfaçam suas necessidades e desejos, e as quais fazem do processo de educação permanente uma rotina de trabalho. Como consequência dessa busca e dessa rotina, essas empresas colherão, segura e obviamente, respostas positivas a seu investimento ●

\*TIAGO CARDOSO ROSA é professor do DCON/UFPI, Mestre em Gestão Universitária e Doutorando em Ciências Empresariais pela Universidade del Museo Social Argentino.