

Pesquisas dão vitória para Biden, mas num ano atípico Trump pode virar

A vantagem de Biden sobre Trump é construída com vitórias dentro da margem de erro em estados que são determinantes para o resultado das eleições.

Novos rumos para o comércio internacional em um mundo pós-pandemia

Perfil mais precaucionista e mudanças nas cadeias de valor das economias trazem dificuldades e oportunidades para a política comercial brasileira no médio prazo.

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL

Av. Assis Brasil, 8787 Fone: (051) 3347.8731

UNIDADE DE ESTUDOS ECONÔMICOS

www.fiergs.org.br/economia

As opiniões emitidas nesta publicação são de exclusiva e inteira responsabilidade dos autores, não exprimindo, necessariamente, o ponto de vista desta Federação. É permitida a reprodução deste texto e dos dados contidos, desde que citada a fonte. Reproduções para fins comerciais são proibidas.

Pesquisas dão vitória para Biden, mas num ano atípico Trump pode virar

A vantagem de Biden sobre Trump é construída com vitórias dentro da margem de erro em estados que são determinantes para o resultado das eleições.

O site *Five Third Eight* (criado pelo estatístico renomado Nate Silver), com base nas pesquisas eleitorais e em outras variáveis econômicas e ponderadores para a qualidade de cada pesquisa, indica que há 87% de chance de vitória do candidato Democrata John Biden e, logicamente a chance de vitória do incumbente, o Republicano Donald Trump, seria de apenas 13%. Entretanto, existem elementos que influenciam a construção dessas probabilidades e a possibilidade de resultados alternativos.

Sobre a possibilidade de virada de Donald Trump e de judicialização do processo eleitoral.

Existem estados com vitórias consistentes para o candidato Democrata e outros para o Republicano. Porém, há 14 estados em que a disputa está em aberto, mas as pesquisas indicam a vitória de Biden por uma pequena vantagem que não supera a margem de erro das pesquisas. Por exemplo, na Florida, um dos colégios eleitorais mais importantes, as pesquisas indicam que 48,5% dos votos são de Trump e 50,7% de Biden. Caso a vitória de Trump aconteça e os modelos de probabilidade sejam recalculados, a probabilidade de vitória de Trump sobe para 35%. Essas pequenas margens também ocorrem em estados chave, como: Carolina do Norte, Ohio e Arizona. Se fizermos um exercício de que Trump ganha nesses estados, a sua chance de vencer a eleição sobe para 62%.

Acreditamos que o resultado da Flórida será determinante para que Donald Trump esteja mais ou menos propenso a judicializar o resultado. A Flórida também terá um grande número de votos por correio em 2020, mas o Estado tem um histórico de rápida apuração e conseguirá ainda na manhã do dia 4 de novembro apresentar o resultado. Imaginamos que, caso o resultado seja favorável à Donald Trump, ele terá mais incentivos a discutir judicialmente o resultado daqueles estados que apresentam um apuração mais atrasada, em alguns casos semanas.

Nesse ano atípico, alguns fatores poderiam dificultar as pesquisas de captar o resultado da eleição e não indicar uma vitória de Trump por uma baixa margem. Entre esses fatores destacamos o efeito dos votos pelo correio, que tende a ser de maioria Democrata e que podem ter elevada taxa de descarte ou eleitores que nas pesquisas não revelam a sua intensão pelo voto no candidato Republicano.

Votos pelo correio. Na Eleição de 2016, os eleitores que optaram por votar pelo correio nos estados em que essa prática é permitida foram 33 milhões, equivalente a um quarto dos eleitores totais do país. A pandemia fez com que, até o dia 25 de outubro, 54,3 milhões de eleitores, dos cerca de 160 milhões de eleitores habilitados a votar em 2020, já realizassem o seu voto

pelo correio. Tendo em vista o perfil de cada eleitor, imagina-se que há uma maior tendência de que os eleitores Democratas optem por votar pelo correio.

Conforme levantamento da *TargetSmart*, uma iniciativa sem fins lucrativos para análise de base de dados das eleições, 49,5% dos votos já enviados por correio foram de eleitores filiados ao partido Democrata, 40,6% de eleitores Republicanos e 9,9% de eleitores sem filiação partidária. Porém, existe uma elevada taxa de desperdício dos votos realizados pelo correio. Isso ocorre tanto por erros de preenchimento, quanto atraso e não cumprimento nos prazos ou tentativa de fraude. Por exemplo, na eleição de 2018, no estado de Nova York 13,7% dos votos realizados pelo correio não foram validados. No total, as duas últimas eleições, 2016 e 2018 tiveram uma taxa de rejeição de 1,0% e 1,4% dos votos pelo correio. Entretanto, esse percentual pode crescer em 2020 por conta do grande número de eleitores utilizando essa modalidade pela primeira vez. Numa eleição bastante apertada, essa contagem pode ser decisiva.

Baixo número de indecisos. Uma das diferenças dessa eleição para a de 2016 diz respeito ao número extremamente baixo de eleitores indecisos. Esse fenômeno decorre do elevado conhecimento que o eleitor tem sobre o candidato incumbente e quase impossibilidade de ter ficado indiferente a ele nos últimos anos. Assim, a eleição transforma-se numa espécie de plebiscito de aprovação do Governo Trump.

A taxa de indecisos hoje está em 5%. No mesma época do período eleitoral de 2016, esse percentual era de 14% dos eleitores. Porém, se imagina que grande parte desses indecisos sejam eleitores de Donald Trump que não revelam publicamente a sua preferência. Ou eleitores não filiados que decidirão por Trump mas não se identificam com o candidato.

Shy voters, um fator difícil de contemplar nas pesquisas. As probabilidades de vitória são calculadas com base nas pesquisas eleitorais. Entretanto, as pesquisas tem falhado nos últimos anos em captar as preferências de uma maioria silenciosa que vive distante dos grandes conglomerados urbanos. Além disso, existem aqueles que se sentem desconfortáveis de indicar voto num candidato que está sempre recebendo os piores adjetivos pela imprensa e nas redes sociais. Assim, muitos eleitores revelam o seu descontentamento com o *establishment* intelectual e cultural apenas nas urnas.

Em um ano um ano normal, John Biden seria o franco favorito, pois a sua vantagem global nas pesquisas tem sido maior do que a margem de erro. Portanto, poderíamos cravar a vitória Democrata, porém estamos tratando de um momento atípico.

Novos rumos para o comércio internacional em um mundo pós-pandemia

Perfil mais precaucionista e mudanças nas cadeias de valor das economias trazem dificuldades e oportunidades para a política comercial brasileira no médio prazo.

Atualmente, vivemos um momento de retomada contratada das economias globais, com ganhos de tração no volume de comércio internacional acompanhado de bons resultados produtivos em virtude da reabertura das atividades. Com bons resultados vindos da China, a contração da corrente de comércio é melhor que a esperada, em torno de 10% para 2020 e crescimento projetado em 8% para 2021, mas que deve cair no médio prazo.

É possível prever que, superada a crise sanitária, as economias se deparem com um ambiente internacional de negócios mais precaucionista, propenso à imposição de restrições aos fluxos de comércio decorrente do encarecimento do risco.

Até aqui, vemos uma mudança no perfil de consumo global, que deve persistir por muito tempo. A demanda por produtos não essenciais e viagens afundou, atingindo as empresas de vestuário, derivados de petróleo e de transportes aéreos e terrestres. Por outro lado, embora a produção tenha sido afetada, setores como agricultura, alimentos e bebidas continuaram a ter forte demanda (regida pela China) dada a natureza essencial de seus produtos. Tais movimentos tem provocado desequilíbrios que, somados à desvalorização do Real, explicam boa parte da variação de preços observadas em *commodities* e serviços.

Assim, muito tem se falado sobre uma nova configuração das cadeias globais de valor, cujo processo de decisão em envolver economias adicionais a uma rede de fornecimento passaria a depender não mais apenas dos lucros potenciais, mas também da capacidade de resiliência das firmas, como em situações de falta de acesso a insumos onde linhas inteiras de produção podem parar por falta de material. Ou seja, a garantia de acesso a insumos mostrou ser um elemento vital, que tem ganhado espaço na discussão sobre aumentar a produção nacional como receita de recuperação e geração de emprego, onde já se observa, por exemplo, programas de repatriação de indústrias nos Estados Unidos e Japão.

Porém, a natureza altamente interconectada de diversos segmentos limita o argumento econômico para fazer mudanças absolutas de larga escala na localização física das cadeias, pois abrangem redes compostas por milhares de empresas, nos permitindo considerar que apenas mudanças marginais ocorrerão.

Em meio a isso, podemos vislumbrar o comércio internacional brasileiro como um dos setores da economia que possui condições de locomotiva de crescimento na guerra contra a crise. Visões mais liberais argumentam que a abertura econômica é a solução de longo prazo para desenvolver o país e inseri-lo nas cadeias valor, aumentando a participação das exportações sobre o PIB, a exemplo das economias

desenvolvidas. Entretanto, uma abertura unilateral com o resto do mundo pode trazer efeitos indesejados no curto prazo, por abrir caminho para firmas estrangeiras mais competitivas e tecnologicamente mais especializadas, excluindo a oportunidade de possuir no âmbito local toda uma rede de valor importante na geração de emprego e renda.

Hoje, o nosso grande desafio consiste em reequilibrar uma configuração de comércio exterior que é baseada em uma pauta de importação composta majoritariamente por produtos com alto valor agregado e uma pauta de exportação mais concentrada em produtos primários e em produtos semimanufaturados, decorrente da estrutura escalonada de proteção tarifária do país. Uma possível abertura, assim, resultaria em um aprofundamento do cenário atual, reduzindo cada vez mais a oportunidade de agregar valor internamente.

Pelo caminho, é preciso ainda romper os desequilíbrios que mantêm nossa corrente de comércio em patamares muito baixos (20% do PIB), com uma tarifa média de importação em 16%, distante dos possíveis futuros parceiros de OCDE (2%). Com as mudanças no mercado global pela frente, principalmente no que tange os mercados dos Estados Unidos, Europa e Ásia, o país precisará se preparar para absorver essa oportunidade tirando proveito da aproximação geográfica e se posicionando como uma fonte alternativa de abastecimento.

Assim, fica a avaliação que para obter a real inserção do Brasil no comércio mundial e colher ganhos de bem-estar no longo prazo, é necessário que haja atuação em diversas variáveis, desde a estabilização da volatilidade cambial e com as reformas tributária e administrativa para melhora do ambiente de negócios, como no fortalecimento do ambiente interno através da formulação de políticas que forneçam o devido suporte às empresas nacionais para atuarem competitivamente no mercado internacional.

Em termos de estratégia comercial, o Brasil possui um bem de que poucos países dispõem que é o seu mercado consumidor e, para adequar o processo de inserção no mercado internacional, o mesmo deve ser usado como moeda de troca, onde esse bem deve ser oferecido em troca de oportunidades de exportação dos produtos aqui fabricados.

Cabe acrescentar que o aperfeiçoamento do modelo de comércio internacional deve promover a inserção gradual e planejada, com a adoção sincronizada de ações que permitam a internacionalização das empresas, com apoio no acesso a linhas de financiamento e investimento tecnológico em produtividade e melhoria contínua, tanto para fornecedores como exportadores locais.