

A miopia da guerra fiscal

Guilherme Henrique
Pereira *

A decisão de investir em uma nova fábrica e definir o local da sua instalação está situada na órbita privada. Isso não significa que governos não possam influir nessa decisão. A construção de um ambiente favorável ao investimento encontra-se amplamente situada no espaço público. Prover infra-estrutura, educação, pesquisa tecnológica, renúncias fiscais, estabilidade das normas e credibilidade nos governos quanto ao comprometimento com as metas de desenvolvimento e segurança sobre a capacidade de decidir com rapidez, bem como quanto à capacidade de realizar compromissos assumidos, são fatores preponderantes na definição do ambiente favorável ao investimento.

Também é necessário desenvolver o marketing do espaço geográfico considerado como opção ótima para a localização de novos ne-

gócios. A coordenação de ações nessas áreas exige grande esforço de articulação intragoverno e entre setor público e setor privado. Quanto às ações governamentais, caberia distinguir pelo menos duas linhas de atuação: ações para o desenvolvimento dos negócios já existentes e ações que visam à implantação de novas plantas. No Brasil, parece possível afirmar que os governos estaduais, nos últimos anos, estão concentrados na implementação de esforços dirigidos, a qualquer custo, para o segundo objetivo indicado.

Essa atuação míope levou vários governos a travar disputas políticas por concessão de renúncias fiscais, aparentemente estas muito maiores tanto dos benefícios que o empreendimento proporcionaria quanto do que é compatível com as finanças do Estado.

Há soluções que podem nos conduzir além da simples guerra fiscal. Os governos estaduais têm uma função importante como instâncias geradoras de estímulos aos

investimentos e, por isso, devem preservar os instrumentos de políticas de desenvolvimento.

O desafio é planejar ações que estimulem o desenvolvimento dos negócios já existentes e, ao mesmo tempo, identificar as oportunidades de novos negócios. No atual cenário de economia aberta e de fluxos de investimentos sendo definidos em âmbito mundial, a tarefa proposta implica enfrentamento de uma complexidade crescente para a atividade de promoção de investimentos. Isso requer especialização de profissionais e de instituições se a meta do desenvolvimento econômico estiver incorporada à proposta de governo.

Nesse sentido, não basta a firme opção política — aqui entendido como geração de empregos e de impostos compatíveis com a qualidade de vida a curto e médio prazo. É preciso ter instituições e profissionais competentes para realizar um programa de estímulos ao investimento.

Nesse sentido, listam-se a se-

guir algumas indicações obtidas da observação das experiências de alguns estados e de formulações teóricas que levam à convicção de que tal plano demanda:

1) Comportamento pró-ativo do Estado em relação à indução dos investimentos, organizando a oferta de infra-estrutura.

2) Política de financiamento ao desenvolvimento científico e tecnológico, incluindo investimentos nas instituições de ensino de pós-graduação e de pesquisas.

3) Atenção para os investimentos destinados a complementar cadeias produtivas, especialmente aquelas que poderão concentrar-se geograficamente, buscando o desenvolvimento de “clusters”, isto é, aglomerações que podem competir com base na eficiência coletiva.

4) Estabelecimento de um sistema ágil e eficiente de informações estatísticas.

5) Existência de uma “porta de entrada” única para as primeiras negociações com o governo. Tal porta de entrada deve ser ampla-

mente divulgada, apoiada e articulada com os demais órgãos estaduais, de forma que tenha credibilidade de representante do governo nas ações de promoção dos investimentos.

6) Existência de um fórum responsável pela formulação das regras de um programa de atratividade de empresas.

7) Integração dos trabalhos de todos os órgãos de governo que terão envolvimento com o problema da indução de investimentos.

8) Disponibilidade de recursos para financiamentos de estudos setoriais, de oportunidades de investimentos e de campanhas de marketing.

9) Flexibilidade para contratar consultores e especialistas (pessoal temporário) em negócios (cadeias produtivas) considerados prioritários. ■

* Economista e presidente do Instituto de Apoio à Pesquisa e ao Desenvolvimento Jones dos Santos Neves (Ipes) — Vitória (ES).