

Promoção de investimentos

GUILHERME HENRIQUE PEREIRA

O desenvolvimento econômico é uma meta desejada por todos os governantes. Seu alcance depende do volume de investimentos que se realiza em dado período no espaço considerado. Assim, pode-se afirmar que a meta do desenvolvimento econômico fica traduzida no objetivo de obter fluxos crescentes de investimentos. Nos anos mais recentes o objetivo de obter maiores investimentos encontra-se pressionado pelas seguintes questões: 1) as oportunidades de investimentos são mais escassas; 2) os fluxos de investimentos definem-se globalmente; 3) o desemprego crescente fortalece a necessidade de estimular novos investimentos; 4) as finanças públicas fragilizadas estimulam a necessidade de ampliar a base tributária.

Por essas razões, e focalizando apenas o caso brasileiro, observa-se que os governos estaduais nos últimos anos estão implementando ações diversas, na tentativa de atrair para seus espaços geográficos o maior número possível de novos projetos produtivos. As mesmas razões suscitam uma complexidade crescente para a atividade de atração de investimento (ou promoção de investimentos). Isso determina a necessidade de especialização de profissionais e instituições se a meta do desenvolvimento econômico estiver incorporada à proposta de Governo. Em outras palavras, não basta a firme opção política pelo desenvolvimento econômico - aqui entendido como geração de empregos e impostos de forma compatível com a qualidade de vida a curto e médio prazo - também é necessário ter instituições e profissionais competentes para realizar um programa de estímulos às novas oportunidades de negócios.

A decisão de investir na nova planta e definir o local de sua instalação está situada na órbita privada. Mas isso não significa que os governos não tenham capacidade de influir nessa decisão. Ao contrário, a construção de um ambiente favorável ao investimento encontra-se amplamente situada na órbita pública. Próver infra-estrutura, educação, pesquisa tecnológica, renúncias fiscais, estabilidade das normas, credibilidade nos governos quanto ao comprometimento com as metas de desenvolvimento e segurança no que diz respeito à 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 localização de novos negócios. A coordenação de ações nessas diversas áreas exige grande esforço de articulação intragoverno e entre setor público e setor privado.

A experiência brasileira dos anos noventa mostra Estados que se organizaram na linha acima mencionada e Estados que estão desarticulados e simplesmente des-cambaram para a chamada "guerra fiscal". Os Estados da Bahia e Ceará frequentemente são citados como exemplos de sucesso na organização de um sistema eficiente de promoção de investimentos. O sucesso nos demais casos tende a ser mais restrito, isso porque a "guerra fiscal" ou a desorganização na concessão de benefícios contribui para a crise financeira do Estado e, portanto, para a perda de credi-

bilidade quanto à sua capacidade de cumprir as funções que lhe são pertinentes. Da mesma forma, a desorganização no atendimento de potenciais investidores contribui para o descrédito quanto ao compromisso com o desenvolvimento.

No Espírito Santo, a primeira formulação de um programa de estímulo ao investimento ocorreu no final dos anos sessenta. Desde então vem sofrendo alterações circunstanciais, tanto na legislação de incentivos quanto na ampliação das instituições envolvidas com o problema. Tais procedimentos desenharam, ao longo dos anos, um quadro institucional difuso e distante das exigências atuais de eficiência para tal política de Governo. Também é correto afirmar que este problema só poderá ser solucionado quando a crise financeira do Estado for contornada. Aliás, esta é uma questão crucial, porque também contribui para restabelecer a credibilidade na capacidade do Estado de conduzir um projeto de desenvolvimento. Por outro lado, não significa que diversas medidas não possam ser implementadas. De fato, devem ser iniciadas, sobretudo as relacionadas com a profissionalização da atividade de promoção de investimentos. Isso, porque podem ser consideradas como parte do programa de ajuste, já que a melhoria do fluxo de investimento contribuirá para ampliação da base tributária.

Nesse sentido parece útil a reflexão sobre os requerimentos básicos para o estabelecimento de um plano de promoção de investimentos. Com este propósito listam-se a seguir algumas indicações obtidas da observação das experiências de outros Estados e de formulações teóricas sobre o tema que levam a acreditar que um plano de promoção de investimentos requer:

1) Comportamento pró-ativo do Estado em relação à indução dos investimentos, organizando e melhorando adequadamente a oferta de infraestrutura e, principalmente, criando um ambiente favorável à localização de novos projetos e ampliação dos já existentes;

2) Estabelecimento de um sistema ágil e eficiente de informações estatísticas;

3) Existência de uma "porta de entrada" única para as primeiras negociações com o Governo. "Tal porta de entrada" deve ser amplamente divulgada, apoiada e adequadamente articulada com os demais órgãos estaduais de maneira a ter credibilidade de representante do Governo nas ações de promoção dos investimentos;

4) Existência de um fórum responsável pela formulação das regras de um programa de atração de empresas. O mais importante das regras é sua estabilidade e cumprimento por todos os órgãos de Governo das normas, programas e metas estabelecidas;

5) Integração dos trabalhos de todos os órgãos de Governo que terão envolvimento com o problema da indução de investimentos;

6) Disponibilidade de recursos para o financiamento dos estudos setoriais, de oportunidades de investimentos e de campanhas de marketing;

7) Flexibilidade para contratação de consultores especialistas (pessoal temporário) em negócios (cadeias produtivas) consideradas prioritárias;

8) Quadro de profissionais com competência específica para desenvolver o programa de promoção de investimentos.

GUILHERME HENRIQUE PEREIRA é professor do Programa de Pós-Graduação em Economia da Ufes

Os Estados da Bahia e Ceará sempre são citados como exemplo de sucesso