



F U N D A Ç Ã O
GETULIO VARGAS

IBRE

Instituto Brasileiro
de Economia

Texto para Discussão

Número 7

Exportações brasileiras de serviços comerciais

Lia Valls Pereira
Ricardo Sennes
Nanno Mulder

Dezembro 2009

Exportações brasileiras de serviços comerciais*

Lia Valls Pereira

(Economista do IBRE/FGV e FCE/UERJ)

Ricardo Sennes

(Prospectiva Consultoria e PUC - São Paulo)

Nanno Mulder

(CEPAL, Santiago do Chile)

* Esse artigo foi publicado originalmente em inglês na Série de Comércio Internacional da CEPAL, nº 94, 2009, com o título de *“Brazil’s emergence as the regional export leader in services: a case of specialization in business services”*. O artigo foi elaborado a partir de uma pesquisa solicitada pela CEPAL.

Resumo

O artigo analisa o desempenho das exportações de serviços comerciais do Brasil na década de 90 e no período de 2000 a 2008. Mostra que na América Latina, o país emerge como o principal exportador de serviços comerciais, em especial serviços de engenharia e arquitetura. É apresentada uma descrição dos principais indicadores das exportações de serviços comerciais. A análise de estudos de casos mostrou que as empresas brasileiras demonstram bom desempenho na região sul-americana em serviços não tradicionais na pauta do país, como os financeiros. Melhorar nas estatísticas de exportações de serviços continua um tema relevante para aprimorar os estudos nessa área.

Abstract

The article analyses the performance of Brazil export commercial services in the 90s and between the years of 2000 and 2008. The country appears as the leading exporter of commercial services in Latin America, specially engineering and architectural services. A description of the main indicators of commercial service exports is presented on the article. The case study of some selected sectors has shown that Brazilian firms have been displaying a good performance on non traditional sectors of our exports such as finance services. This happens in the trade with South American countries. An improvement on the data about export services continues to be as important issue for a better understanding of the role of export services for the Brazilian economy.

Introdução¹

O Brasil é o mais dinâmico exportador de serviços da América Latina e do Caribe desde os anos 1990. A participação do país no comércio mundial cresceu 60%, substituindo o México como principal exportador de serviços da região. O crescimento da participação brasileira na exportação mundial de serviços reflete principalmente sua participação crescente no comércio mundial de “outros serviços”, o que equivale a todos os serviços exceto os fluxos de transporte e viagens internacionais. Atualmente no Brasil, “outros serviços” representam cerca de dois terços do total das exportações de serviços, contra apenas um quarto na América Latina e Caribe como um todo.

A exportação dessa categoria de serviços recebeu atenção especial em diversos estudos, visto que ela engloba vários serviços não-tradicionais, freqüentemente vendidos a outras empresas e em diversos casos extremamente intensivos em conhecimento (por exemplo, finanças, seguros, serviços de consultoria, serviços relacionados a TI, serviços de engenharia e serviços de pesquisa e desenvolvimento). Assim, eles são estratégicos por aumentarem a produtividade e a competitividade empresarial e da economia como um todo. Esses serviços tem um maior potencial para agregar valor e tecnologia que os “serviços tradicionais” (transporte e viagens).

O propósito do presente estudo é analisar mais detalhadamente a dinâmica do desempenho comercial brasileiro de “outros serviços”. Que categorias de “outros serviços” mais cresceram? Quais fatores podem explicar seu rápido crescimento? Quais são os principais mercados de destino da exportação brasileira de serviços? Que políticas tem sido importantes para a expansão da exportação de serviços?

¹ Os autores gostariam de agradecer a Fernando Lemos do Banco Central do Brasil por nos fornecer dados do comércio bilateral de serviços do Brasil, Alessandra Borges por traduzir a versão preliminar desse trabalho do português para o inglês, Eduardo Raupp de Vargas por seus comentários e sugestões e Michelle Bandarra Marques Costa pela tradução da versão final do inglês para o português. Uma versão preliminar desse estudo foi preparada como um documento de background para um estudo da ECLAC chamado *Structural Change and Productivity Growth: Twenty Years Later*, apresentado na 32ª sessão do ECLAC em Santo Domingo, República Dominicana (9-13 Junho 2008).

“Outros serviços” tem papel importante no comércio internacional por três razões. Contando por cerca de 10% do comércio mundial de bens e serviços, de acordo com dados do Balanço de Pagamentos, sua real importância é subestimada. Isso se dá porque uma parte substancial desses serviços transacionados internacionalmente não passa por um sistema centralizado, como é o caso do comércio de mercadorias, que passa através das administrações aduaneiras. Apenas alguns países desenvolveram pesquisas especiais para compreender as atividades de além-fronteira desses serviços. Além disso, muitos “outros serviços” são exportados através de vendas locais por filiais estrangeiras, que na maioria dos países em desenvolvimento não são registradas ou reportadas como parte do comércio internacional de serviços.

Em segundo lugar, a competitividade de um país em “outros serviços” é um dos principais determinantes do desempenho desse país no comércio mundial de mercadorias. Em geral, os maiores exportadores do mundo de bens são também os principais exportadores de serviços, com exceção de alguns países com vantagens comparativas e competitivas em bens ou serviços muito específicos.² Países inovadores com uma boa infra-estrutura física e com trabalhadores qualificados não apenas exportam tecnologia, serviços de transportes e serviços profissionais, mas também são exportadores competitivos de produtos que incorporam esses serviços em seus produtos. Em 2007, o Brasil foi o 24º maior exportador de bens (participação de 1,1%) e o 32º maior exportador de serviços (participação de 0,7%) (OMC, 2009).

Em terceiro lugar, “outros serviços” estão se tornando cada vez mais comercializáveis, e oferecem cada vez mais oportunidades para os países em desenvolvimento. Até recentemente, serviços eram considerados em sua maioria bens não comercializáveis. Porém, devido à rápida disseminação de

² Cinco países (Irlanda, Índia, Suécia, Dinamarca and Luxemburgo) fizeram parte dos 20 maiores exportadores de services em 2007, mas não dos 20 maiores exportadores de mercadorias. Irlanda e Índia implementaram políticas específicas para promover a exportação de novos tipos de serviços tais como informática e serviços de BPO. Luxemburgo é um importante exportador de serviços financeiros. Na mesma linha, cinco países fizeram parte dos maiores exportadores de mercadorias (Rússia, México, China, Arábia Saudita e Malásia), mas não dos maiores exportadores de serviços. Rússia e Arábia Saudita são importantes exportadores energéticos, enquanto México, China e Malásia são grandes exportadores de manufaturados. Em 2007, os 20 maiores exportadores de serviços representaram 75% das exportações totais de serviços, enquanto que os 20 maiores exportadores de mercadorias representaram 72% das exportações totais de bens (WTO, 2009).

tecnologias de informação e comunicação (TIC), mais e mais tipos de serviços podem ser digitalizados e vendidos através das fronteiras.³ Além disso, a convergência das regulamentações nacionais combinada aos compromissos internacionais através de acordos multilaterais regionais e bilaterais e de políticas específicas está contribuindo para maximizar os efeitos das TIC sobre o comércio de serviços. As empresas estão cada vez mais contratando serviços no exterior ou adquirindo serviços de fornecedores locais (*offshoring*). Isto oferece diversas novas oportunidades para os países em desenvolvimento (UNCTAD, 1999). A Índia é um exemplo paradigmático neste contexto: através de investimentos direcionados e formação de mão de obra qualificada no setor das TIC, o país se tornou o segundo maior exportador do mundo de serviços de informática (NASSCOM-McKinsey, 2005; OMC, 2009). Além disso, a Índia é um dos maiores provedores de serviços de atendimento telefônico para as multinacionais em todo o mundo.

Esse trabalho tem quatro seções. A primeira apresenta uma análise descritiva do desempenho do Brasil no comércio mundial de “outros serviços”. Na segunda seção, nós examinamos como a expansão de “outros serviços” foi moldada pela internacionalização dos serviços de apoio integrado e a expansão de setores com vantagem comparativa (dentro da região). A terceira seção descreve as políticas para promoção da exportação de serviços. A seção conclui o artigo.

1. O desempenho do Brasil no comércio de serviços

1.1 Papel do Brasil no comércio mundial de serviços

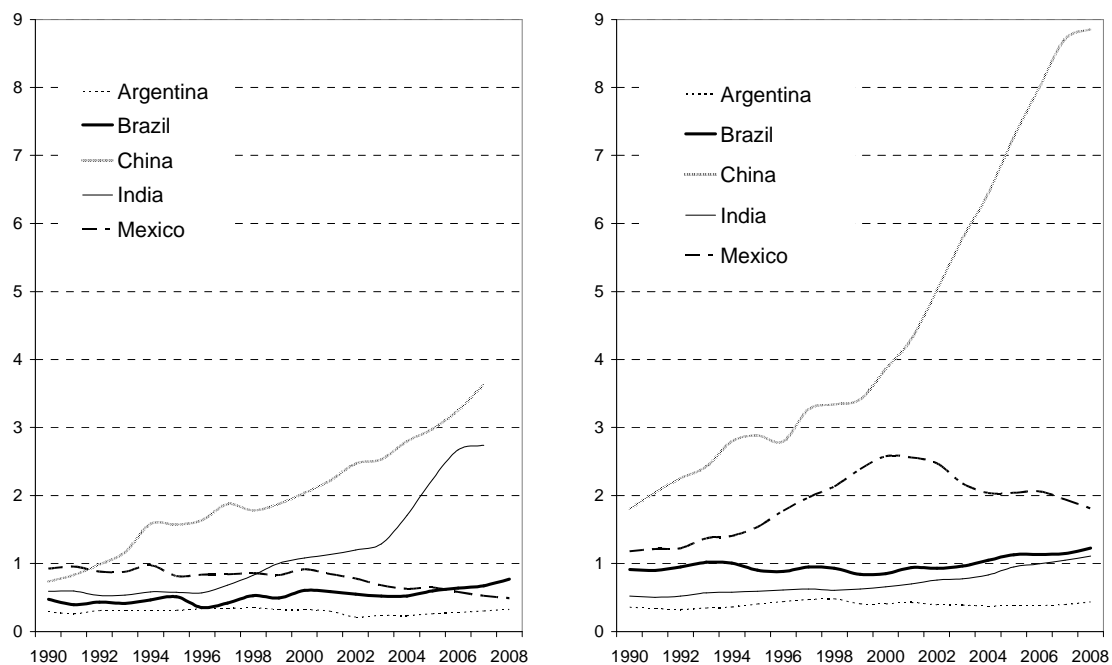
Ao analisar as tendências do comércio de serviços, deve-se ter em mente que as estatísticas disponíveis nessa área são incompletas e menos confiáveis que dados sobre o comércio de bens. Isto é um fenômeno global. Os dados usados aqui advêm do Balanço de Pagamentos, que é incompleto, pois não registra nem serviços prestados por afiliados estrangeiros estabelecidos no exterior nem outras transações de serviços não registradas por autoridades

³ Ver Mulder *et al.* (2008) para uma visão geral do impacto de novas tecnologias no comércio de serviços.

estatísticas por sua dificuldade de mensuração. Além disso, há grandes discrepâncias entre os valores de troca declarados pelo Brasil e aqueles declarados por seus parceiros com relação aos mesmos fluxos de comércio (Veja Caixa de texto 1 para mais detalhes). Todavia, os dados disponíveis são considerados confiáveis o suficiente para ilustrar as tendências e as ordens de magnitude desse comércio.

O Brasil foi o país mais dinâmico da América Latina e do Caribe no comércio mundial de serviços na década de 1990 e nos anos 2000, mas se comparado às outras economias emergentes, o país foi superado por China e Índia (Figura 1). Nesse período, a participação do Brasil no mercado mundial cresceu 60%, ultrapassando o México como principal exportador de serviços da região. Por outro lado, a participação mexicana caiu pela metade. O terceiro maior provedor da região, a Argentina, viu sua participação de mercado crescer marginalmente apenas. O relativo bom desempenho do Brasil, entretanto, foi modesto se comparado ao de China e Índia, que tiveram suas participações no comércio mundial de serviços quase multiplicada por cinco.

Figura 1
Participações do Brasil e outros mercados emergentes no comércio
global de serviços e bens (em %), 1990-2008
 (a) Serviços (b) Bens



Fonte: Cálculo dos Autores baseado no WTO (2009), *World Trade International Trade Statistics 2008*.

**Caixa de texto 1: Desafios estatísticos no comércio de serviços e
comparação entre as declarações de comércio.**

A principal diferença entre comércio de serviços e de mercadorias é a necessidade do primeiro de contato direto com os produtores e consumidores. Muitos serviços são “não-transportáveis e não-estocáveis”, não podendo ser exportados como bens. Nesses casos, o consumidor deve visitar o fornecedor ou o contrário; o fornecedor deve ir até o consumidor. Para representar essa realidade, o comércio mundial de serviços inclui serviços providos através de filiais estrangeiras estabelecidas no exterior. Serviços também podem ser providos por indivíduos temporariamente no exterior. Assim, serviços podem ser exportados de 4 formas: (a) comércio transfronteiriço, que acontece quando tanto o consumidor quanto o fornecedor do serviço permanecem em seus respectivos países, enquanto o serviço cruza a fronteira (modo 1); (b) consumo do serviço no mercado exportador, que acontece quando consumidores vão até o país do fornecedor do serviço (modo 2); (c) presença comercial permanente do produtor no território do consumidor, o que facilita um maior contato entre ambos em vários estágios da produção, entrega e pós-venda (modo 3); e (d) presença temporária de pessoas, que ocorre quando um indivíduo muda-se para o território do consumidor para fornecer o serviço (modo 4).

Este estudo utiliza dados registrados na balança de pagamentos do Brasil e de países da OCDE, que aderiram ao conceito ampliado da definição de serviços. Nos últimos anos, Brasil e outros países da região têm melhorado a repartição do seu comércio de serviços em conformidade com a quinta edição do *Manual do Balanço de Pagamentos* (veja Anexo 1). Esses dados cobrem as exportações do modo 1 e 2, e parcialmente o comércio resultante do movimento temporário de pessoas (modo 4), mas não contemplam exportações através do modo 3.

Uma comparação entre as declarações de comércio de "outros serviços" entre o Brasil e seus principais parceiros comerciais mostra grandes discrepâncias, apesar dessas terem caído ao longo do tempo. Para o Brasil, este trabalho usa dados inéditos do Banco Central de exportação por parceiro comercial para o

período 2001 a 2006, distinguindo 25 tipos de “outros serviços” e 15 parceiros comerciais, incluindo seis membros da OCDE (França, Alemanha, Itália, Japão, Portugal e os Estados Unidos); Estes dados de exportação são comparados com as declarações de importação desses seis membros da OCDE, extraídos das *estatísticas da OCDE sobre o Comércio Internacional de Serviços: tabelas detalhadas por país parceiro* (Box Tabela 1). Cinco dos seis (quatro em 2005) parceiros comerciais brasileiros da OCDE informaram valores diferentes de zero de importação de “outros serviços” do Brasil (coluna 3). As declarações do comércio (tanto pelo Brasil quanto pelos seus parceiros) em percentagem do número total de declarações (pelo Brasil, seu parceiro ou de ambos) aumentaram de 2001-2004 (coluna 4). Por exemplo, em 2001, das 108 oportunidades de comércio (6 países vezes 18 tipos de “outros serviços”), tanto o Brasil quanto seus parceiros declararam um valor comercial em 13 casos, enquanto em 77 casos, nem o Brasil nem o seus parceiros declararam um valor comercial diferente de zero. A proporção 13-77 é igual a 17%. Quando tanto o Brasil como seu parceiro declararam um valor comercial, o primeiro foi sempre maior do que o segundo (coluna 5). Os valores das exportações brasileiras foram quase 6 vezes os valores de importação dos seus parceiros comerciais em 2001, mas essa proporção caiu para 1,9 em 2005. O desvio padrão entre as duas declarações também caiu ao longo do tempo (coluna 6).

Discrepâncias entre as declarações de exportação do Brasil e as de importação dos membros da OCDE de “outros serviços”, 2001 a 2005

	Partners Brazil	Partners i	% non 0	Ratio Brazil X to partner M	Standard deviation
2001	6	5	17%	5.9	9.7
2002	6	5	16%	3.5	4.3
2003	6	5	20%	3.8	4.1
2004	6	5	24%	3.1	4.0
2005	6	4	20%	1.9	2.3

Fontes: Banco Central do Brasil e OCDE.

Algumas diferenças interessantes podem ser notadas entre esses cinco países se compararmos seus desempenhos no comércio mundial de serviços

com suas dinâmicas no comércio mundial de bens. Três dos países mostram uma tendência similar em ambos os mercados: um crescimento inicial nos anos 1990 seguido de um declínio após 2000 (México), um pequeno aumento em ambos ao longo do tempo (Argentina), ou um espetacular aumento em ambas as décadas (China). Os outros dois países mostram rápido crescimento na participação no comércio mundial de serviços se comparado ao comércio mundial de mercadorias: Índia, em seguida Brasil. Em 2008, a participação desses 5 mercados emergentes no comércio mundial de bens foi maior que no comércio mundial de serviços, exceto Índia.

A ascensão da participação brasileira no comércio mundial de serviços reflete principalmente a tendência de crescimento de sua participação no comércio de “outros serviços”, ou seja, o total de serviços exportados exceto transporte e viagens internacionais (Figura 2).

Ao longo das duas décadas, participação brasileira no comércio mundial quase triplicou como o que ocorreu com a Argentina. Esse desempenho contrasta com o mexicano, que apesar de ter aumentado sua participação na década de 1990, teve ela caindo rapidamente nos anos 2000. Inicialmente, a parcela de mercado de China e Índia era similar a de Brasil e México, mas seu boom foi muito mais espetacular. A expansão indiana é concentrada em informática e serviços de informação, nos quais ela se tornou líder mundial (Arora *et al.* 2001).

Entre essas cinco economias emergentes, China é a única que teve desempenho similar em “outros serviços” e em transporte e viagens internacionais. Apesar de a Índia também ter aumentado sua participação de mercado no último, esse crescimento foi muito menor que o do primeiro. Já no Brasil, o comércio de serviços de transporte e viagens internacionais ficou estagnado, enquanto na Argentina e México esse comércio caiu ao longo dos anos 1990 e 2000.

Apesar de sua parcela no mercado mundial ter aumentado, o Brasil continua tendo um papel pequeno no comércio mundial de “outros serviços”.⁴ Em 2007, ele foi o 14º maior exportador, representando 0,8% do comércio mundial, e o

⁴ Os principais exportadores de “outros serviços” são: União Européia, Estados Unidos, Japão, Índia, China e Suíça.

10º maior importador, com 1,3% de participação nas importações globais. Considerando os 15 maiores exportadores em oito categorias de “outros serviços” em 2006, o Brasil esteve presente em apenas dois: serviços financeiros (14º, 0,3% de participação no comércio mundial) e outros serviços empresariais (13º; 1,2% de participação).⁵ Quanto às importações, o Brasil faz parte dos 15 maiores importadores em todas as categorias de “outros serviços”, exceto serviços de comunicação e construção.⁶ Na última categoria, o Brasil tem diversas grandes empresas que se expandiram na década de 1970 devido ao enorme investimento público em infraestrutura.⁷

⁵ Citam-se outros países latino-americanos que estavam entre os principais exportadores mundiais de certos tipos de serviços em 2006: Argentina e Uruguai fizeram parte dos maiores exportadores de serviços de informática; Argentina, Colômbia e Equador estavam entre os principais exportadores de serviços de audiovisual; e o Equador foi o 13º maior exportador de royalties e licenças.

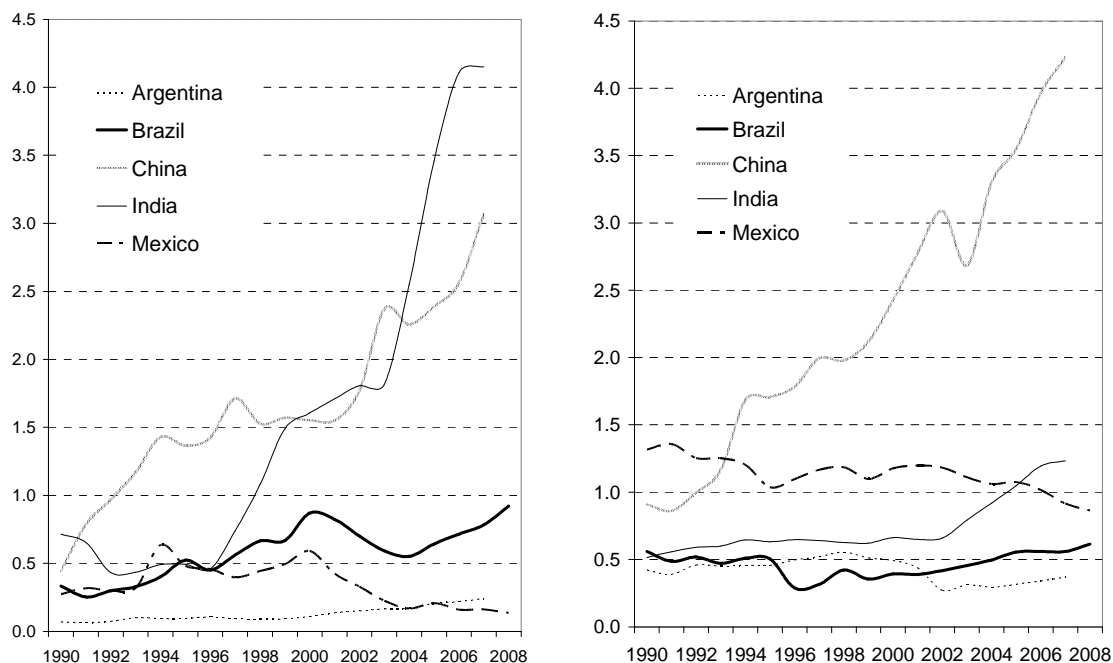
⁶ A posição Brasileira entre os principais importadores em 2006 foi: seguro (14º); finanças (12º); serviços de computação e informação (5º); *royalties* e licenças (12º); outros serviços empresariais (12º); e serviços culturais e de recreação (8º).

⁷ De acordo com o índice de vantagem comparativa revelada (RCA), o Brasil tinha uma desvantagem comparativa em serviços financeiros (0.44), mas uma vantagem comparativa em outros serviços empresariais (1.66) em 2005, usando os dados da OMC (Organização Mundial do Comércio). Quando esse indicador é maior que 1, o país tem vantagem comparativa em determinado setor. O indicador RCA é razão entre (a) a participação da categoria de serviços nas exportações brasileiras de “outros serviços” e (b) a participação dessa categoria nas exportações mundiais de “outros serviços”.

Figura 2
Participação do Brasil e outros mercados emergentes no comércio mundial de “outros serviços” e serviços de transporte e viagens internacionais (em %), 1990-2008

(a) “Outros serviços”^a

(b) Transporte e viagens internacionais



Fonte: Cálculo dos autores baseado no WTO (2009), *World Trade International Trade Statistics 2008*.

^a Outros serviços corresponde ao total de serviços exportados, menos transporte e viagens internacionais.

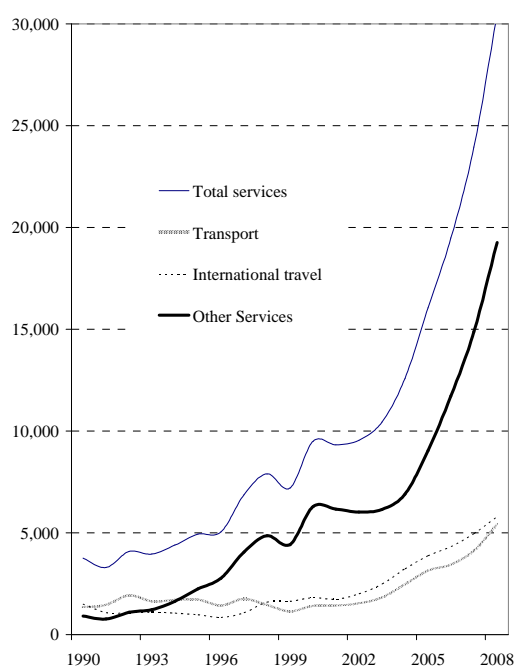
1.2. Dinâmica Setorial nas exportações de “outros serviços”

“Outros serviços” têm sido o principal componente e de mais rápido crescimento na exportação brasileira de serviços para a maior parte dessa década e anteriores (Figura 3). Da primeira para a segunda metade da década de 1990, a parcela representada por “outros serviços” no total das exportações de serviços aumentou de 47% para 61%. Além disso, essa categoria representou 74% e 81% do crescimento da exportação total de serviços em 1990-94 e 1995-99, respectivamente. Após uma desaceleração no início dos anos 2000, a exportação de “outros serviços” recuperou seu rápido crescimento entre 2004 e 2008.

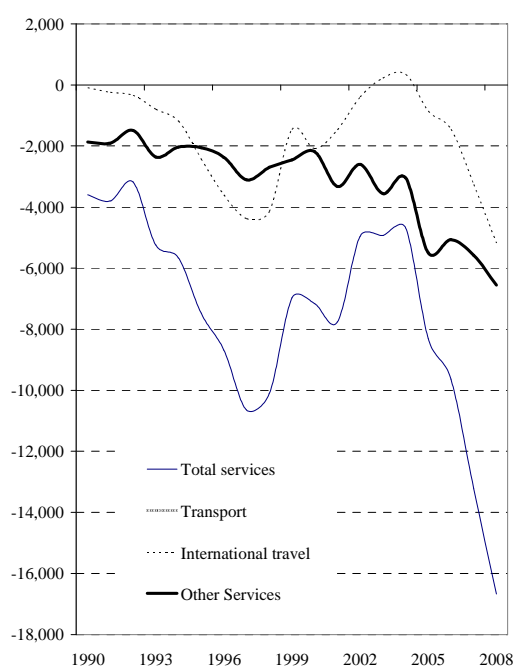
Entretanto, a importação desses serviços cresceu ainda mais rápido que as exportações e até que a importação de transportes e viagens internacionais. Como consequência, o Brasil apresenta um déficit no comércio de “outros serviços”, alcançando quase US\$ 7 bilhões em 2008. Essa tendência na balança comercial é explicada em parte pelo comportamento da taxa real de câmbio: o déficit cresceu em paralelo com a apreciação real da moeda de 1994 a 1998, mas caiu depois da desvalorização de 1999. De 2004 em diante, a tendência foi novamente revertida, em um contexto de um novo período de apreciação real.

Figura 3
Exportações brasileiras e balança comercial das principais categorias de serviços, de 1990 a 2008

(a) Exportações (US\$ milhões)



(b) Balança Comercial (US\$ milhões)



Fonte: Cálculo dos autores baseado no Banco Central, www.bcb.gov.br.

Tabela 1

Exportações de outros serviços comerciais: 1990/2008

Items	1990/1994			1995/1999			2000/2004			2005/2008		
	Part.	Cresc.	Contrib.	Part.	Cresc.	Contrib.	Part.	Cresc.	Contrib.	Part.	Cresc.	Contrib.
TOTAL	100	15	100	100	18	100	100	1	100	100	31	100
Seguros	11	5	4	9	-3	-1	3	-24	-106	3	83	7
Serviços financeiros	15	9	11	12	4	2	7	3	24	7	35	7
Computação e informação	0	26	0	1	-23	-1	1	12	10	1	29	1
Royalties e licenças	2	2	0	3	43	5	2	-3	-6	2	66	4
Aluguel de equipamentos	0	53	2	1	-34	-1	2	-10	-16	1	-11	0
Comunicações	5	-21	-9	2	-5	0	4	62	106	2	25	2
Construção	1	...	6	1	16	0	1	-73	-116	0	42	0
Relativos ao comércio	19	10	11	13	18	15	8	-10	-108	8	31	8
Empresariais, profissionais e técnicos	46	28	74	60	24	81	72	4	320	75	29	70
Encomendas postais	0	0	31	0	0	40	1	0	-38	0
Honorário de profissional liberal	1	1	30	2	1	4	5	12	81	23
Instal/manut escritórios,	31	37	61	32	14	27	30	2	64	22	27	20
Participação em feiras e exposições	0	90	0	0	13	0	0	-10	-2	0	16	0
Passe de atleta profissional	2	2	59	4	2	-6	-14	2	14	1
Publicidade	1	40	1	3	66	5	2	-10	-29	2	38	2
Serviços de arquitetura	14	9	7	21	42	42	37	7	296	37	19	23
Serv.de projeto técnico-econômico	0	0	24	0	0	...	0	0	140	1
Pessoais, culturais e recreação	0	38	1	1	7	0	1	-7	-8	1	16	0
Audiovisual	0	43	0	0	-25	-1	0	-4	-1	0	18	0
Eventos cultural e esportivo	0	37	1	1	44	1	1	-9	-7	0	15	0

Fonte: Banco Central do Brasil
Elaboração dos autores

A categoria “serviços empresariais, profissionais e técnicos” explica mais de dois terços da expansão de “outros serviços” desde os anos 1990 (Tabela 1). Assim, sua participação em “outros serviços” aumentou de 46 pontos percentuais para 75%. Dentro dessa categoria de vários serviços, instalação e manutenção de escritório foi o que mais contribuiu (61%) para o crescimento total de “outros serviços” na primeira metade da década de 1990, enquanto serviços de arquitetura e engenharia (42%) foram um dos principais contribuidores na segunda metade da década e nos anos 2000. Outra categoria de rápida expansão nos anos 2000 foi a de serviços de profissionais, cuja participação no total das exportações de serviços aumentou de 1% em 2000-04 para 12% em 2005-08. Outros serviços que aumentaram sua participação ao longo do tempo foram passes de atletas, publicidade e serviços de informática (1,6, 1,0 e 0,9 pontos percentuais, respectivamente). Por outro lado, diversas subcategorias reduziram sua participação entre 1990-94 e 2005-08, como serviços financeiros (de 15% para 7%), seguros (de 11% para 3%), e relativos ao comércio (de 19% para 8%).

No período 2005-2008, as subcategorias predominantes de “outros serviços” foram: serviços de engenharia e arquitetura (37% do total de “outros serviços”);

seguido de instalações de escritório (22%) e honorários de profissionais liberais (12%).

A piora na balança comercial de “outros serviços” nas últimas décadas esconde tendências contrastantes nos setores. A categoria que obteve o maior déficit foi a de aluguel de equipamentos, aumentando de menos de US\$1,3 para US\$ 7,8 bilhões no período de 2001 a 2008, provavelmente devido a grandes empresas de exploração petrolífera. Outras categorias com déficit crescente foram serviços de computação e informação (US\$ 2,6 bilhões em 2008) e royalties e licenças (US\$ 2,2 bilhões). Em contrapartida, a categoria de serviços empresariais, profissionais e técnicos acumulou um superávit comercial de US\$ 8,1 bilhões em 2008, sendo que as mais importantes subcategorias — serviços de engenharia e arquitetura, instalação e manutenção de escritórios e honorários de profissionais liberais — contribuíram aproximadamente um quarto cada uma para esse resultado⁸

1.3. Dimensões geográficas das exportações de “outros serviços”

Os principais mercados de destino das exportações brasileiras de “outros serviços” são Estados Unidos e União Européia. Isso pode ser auferido através de uma base de dados especial do Branco Central que registra transações de serviços de além-fronteiras (principalmente modo 1 e 2) por principais mercados de destino no período de 2001 a 2006.⁹ Esses dados mostram que os Estados Unidos absorveram aproximadamente metade das exportações brasileiras, enquanto um quarto foi para a União Européia (Tabela 1). A participação da Ásia foi ligeiramente maior que a da América do Sul, com a parcela do Mercosul sendo surpreendentemente pequena. Esse padrão

⁸ Ver Anexo 2 para as balanças comerciais de varias categorias de “outros serviços comerciais”.

⁹ A advertência a seguir deve ser lembrada quando se analisa dados do comércio brasileiro bilateral: a destinação e os países de origem nessas bases de dados nem sempre são dos países hospedeiros do provedor de serviços (no caso das importações brasileiras) ou do comprador dos serviços (no caso das exportações brasileiras). Ao contrário, os países registrados são aqueles que fazem ou recebem o pagamento pelos serviços. Em alguns casos pagamentos são feitos por terceiros países, onde o país hospedeiro/ destinatário difere do país que faz/ recebe o pagamento.

geográfico foi similar no perfil das importações de “outros serviços”.¹⁰ Porém, ele é completamente diferente do padrão observado na exportação de bens.¹¹

Tabela 1
Distribuição geográfica das exportações de “outros serviços”, 2001-03 e 2006
(em %)

Regiões/países	2001-03	2006	Diferença em pontos %
<i>Américas</i>	60,6	62,0	1,4
Estados Unidos	50,8	51,0	0,2
México e Canadá	0,8	1,4	0,6
América Central e Caribe	4,0	3,8	-0,2
Mercosul	2,7	2,0	-0,7
Resto da América do Sul	1,6	3,1	1,5
<i>União Européia</i>	30,5	26,6	-3,9
<i>Ásia</i>	4,9	5,9	1,0
China	0,1	0,2	0,1
Japão	3,3	2,2	-1,1
Índia	0,1	0,1	0,0
<i>África</i>	0,3	0,7	0,4
<i>Outros</i>	3,8	4,7	0,9
<i>Total</i>	100,0	100,0	0,0

Fonte: Cálculo dos autores baseado no Banco Central, www.bcb.gov.br.

Deve-se notar também que os dados acima se referem a exportações de além-fronteiras, incluindo modos 1 e 2, mas excluindo exportações através de vendas locais de filias estrangeiras de companhias brasileiras (modo 3). Apesar de não haver nenhum dado disponível sobre as exportações do modo 3, há evidências indiretas de estoque e fluxo de investimentos brasileiros no exterior que sugerem que o mercado da América Latina é proporcionalmente mais importante para esse tipo de exportação que para os modos 1 e 2.

¹⁰ Quase quatro quintos das importações de “outros serviços” vieram dos Estados Unidos e da União Européia em 2006. A participação da América do Sul nas importações foi maior que aquela nas exportações.

¹¹ A distribuição geográfica das mercadorias brasileiras exportadas é muito mais diversificada. Em 2007, um quarto de todas as exportações foi para a América Latina e Caribe (Mercosul 11%), outro um quarto para a União Européia, 16% para os Estados Unidos e 16% para a Ásia. A composição das mercadorias difere consideravelmente dependendo do mercado de destino: produtos manufaturados e minerais dominam as exportações brasileiras para a Ásia e a União Européia, enquanto que manufaturas são mais exportadas para o resto da América do Sul e para os Estados Unidos.

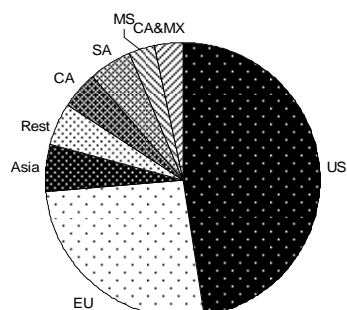
Em um nível mais detalhado de subcategorias de serviços, a distribuição geográfica varia, em alguns casos, do quadro geral. Isso é ilustrado pela composição de mercado de sete categorias principais que contaram por 92% do total de exportação de “outros serviços” em 2005-6 (Figura 4).¹² Os Estados Unidos tiveram um peso maior que a média em serviços empresariais profissionais e técnicos e em telecomunicações, enquanto a União Européia desempenhou um papel proporcionalmente mais importante em outros serviços técnicos profissionais e serviços de relações públicas jurídico-contábeis. O comércio da América do Sul foi relativamente importante para a exportação de serviços de engenharia e arquitetura, contando por um décimo do total das exportações. Na exportação de serviços financeiros e serviços empresarias técnicos profissionais, o mercado asiático teve uma participação considerável.

A discriminação por outras dimensões é exposta na Tabela 2, que mostra a composição dos fluxos comerciais para os principais mercados de destino por subcategorias de “outros serviços” em 2005-06. As exportações para os Estados Unidos, União Européia, América Central e Caribe e para o resto do mundo foram bastante diversificadas, enquanto as para o Mercosul e o restante da América do Sul pareceram mais concentradas. Na América do Sul, serviços de engenharia e arquitetura foram a maior fonte das exportações.

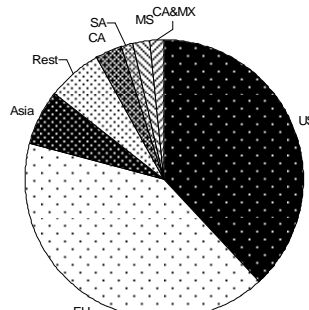
¹² As estatísticas do Banco Central de destinação geográfica distinguiam 22 categorias, com 7 contando por mais de 90% do total das exportações em 2005-06.

Figura 4: Distribuição geográfica das exportações de oito categorias de “outros serviços”, 2005-06

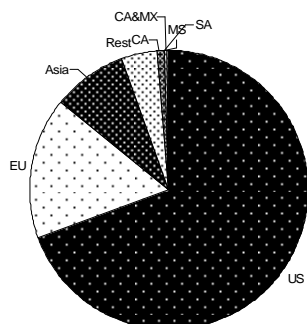
(a) Arquitetura e engenharia (35%)



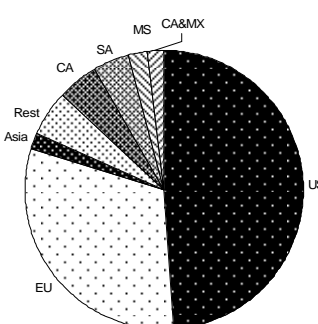
(b) Outros serviços técnicos profissionais (21%)



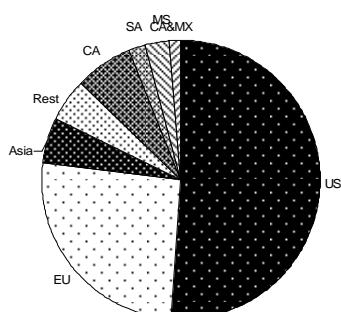
(c) Afiliados técnico-profissionais (13%)



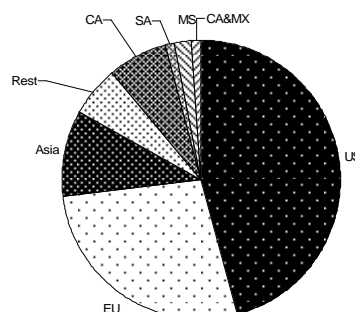
(d) Relações Públicas juridico-contabeis. (12%)



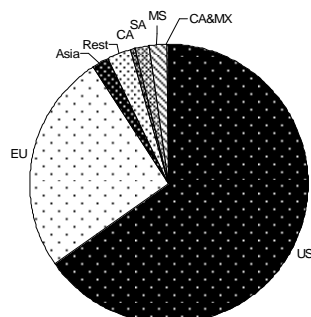
(e) Merchandising e comércio (10%)



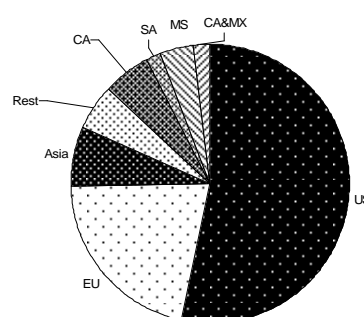
(f) Finanças (8%)



(g) Telecomunicações (2%)



(h) Outros (8%)



Fonte: Calculo dos autores baseado no Banco Central, www.bcb.gov.br.

Notas: (a) os números em parenteses são as participações no total das exportações de “outros serviços” em 2005-06; (b) CA&MX = Canada e Mexico, SA = Resto do América do Norte, MS = Mercosul, CA = América Central e Caribe. Painel (h) de outros serviços inclui: Informática, Informação, postais e de

entrega, Construção, Operações de aluguel, agricultura, mineração e processamento local, outros seguros diretos, resseguros, seguros de frete, seguros auxiliares de seguros, Audiovisual, outros serviços pessoais, culturais e de lazer, pesquisa e desenvolvimento, publicidade, pesquisa de mercado e Royalties e licenças.

Tabela 2: Participação de cada subcategoria nas exportações para os principais mercados de destino, 2005-06 (em %)

	EUA	UE	Asia	AC	AS	MS	Ca&Mx	Resto
Arquitetura e engenharia	34	32	33	39	62	49	59	34
Outros profissionais e técnicos	16	30	22	16	9	18	17	25
Empresariais profissionais e técnicos	18	8	19	3	1	1	2	10
Relações públicas, jurídicos e contábeis	11	12	4	13	17	12	11	12
Comércio de mercadorias	10	9	9	16	7	12	6	9
Finanças	7	7	13	13	3	6	4	8
Telecomunicações	3	2	1	0	1	2	0	1
Outros	9	6	10	11	6	14	8	8
TOTAL	100	100	100	100	100	100	100	100
Memorandum: participação de cada país no total de exportação de "outros serviços" (em %):	49	29	6	4	3	2	2	5

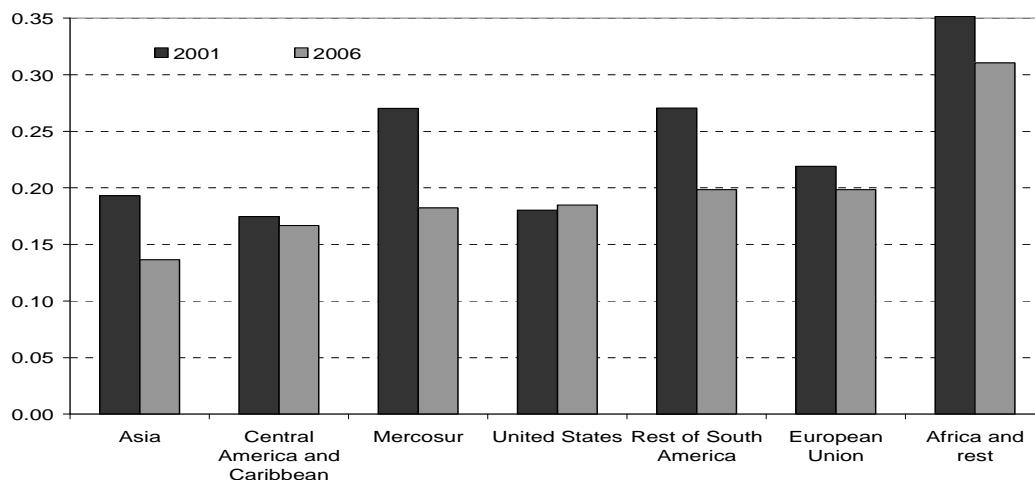
Fonte: Cálculo dos autores baseado no Banco Central, www.bcb.gov.br.

Notes: EUA = Estados Unidos, UE = União Européia, AC = América Central e Caribe, AS = Resto da América do Sul, MS = Mercosul, e Ca&Mx = Canadá e México.

Para compreender melhor a concentração real das exportações brasileiras por mercado de destino, foi utilizado o índice de concentração da pauta Herfindal-Hirschman (HH): quanto maior o índice, menor a diversificação ou maior a concentração.¹³ O índice geral caiu apenas marginalmente, de 0,18 para 0,17 entre 2001 e 2006. Em termos comparativos, as exportações mais diversificadas foram as para a Ásia e América Central e Caribe, enquanto que as maiores quedas nos níveis de concentração foram observadas no Mercosul e restante da América do Sul.

¹³ O índice é obtido pela divisão do fluxo de exportação de um setor pela soma total de exportações, elevado ao quadrado. O resultado depende do número de setores, considerando suas participações. Nesse caso, a discriminação foi possível para 21 setores de subcategorias de "outros serviços".

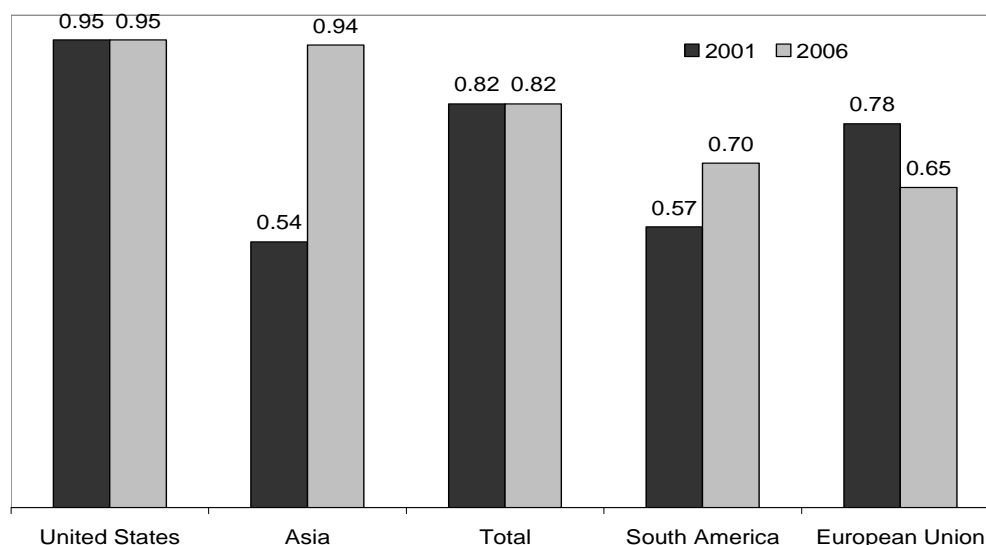
Figura 5: Índice de concentração das exportações por mercado de destino, 2001 e 2006



Fonte: Cálculo dos autores baseado no Banco Central, www.bcb.gov.br.

O grau com que o Brasil participa de redes internacionais que medem a diferenciação de serviços, aumento da produtividade e que geram economias de escala depende em parte do grau do caráter intraindustrial de seu comércio (Mulder *et al.*, 2008). Este pode ser aproximado pelo índice Grubel-Lloyd: quanto maior o valor do índice, maior o grau de comércio intra-industrial. O comércio intrasetorial foi maior com os Estados Unidos, seguido pela Ásia. O pulo nesse segundo entre 2001 e 2006 foi extraordinário.

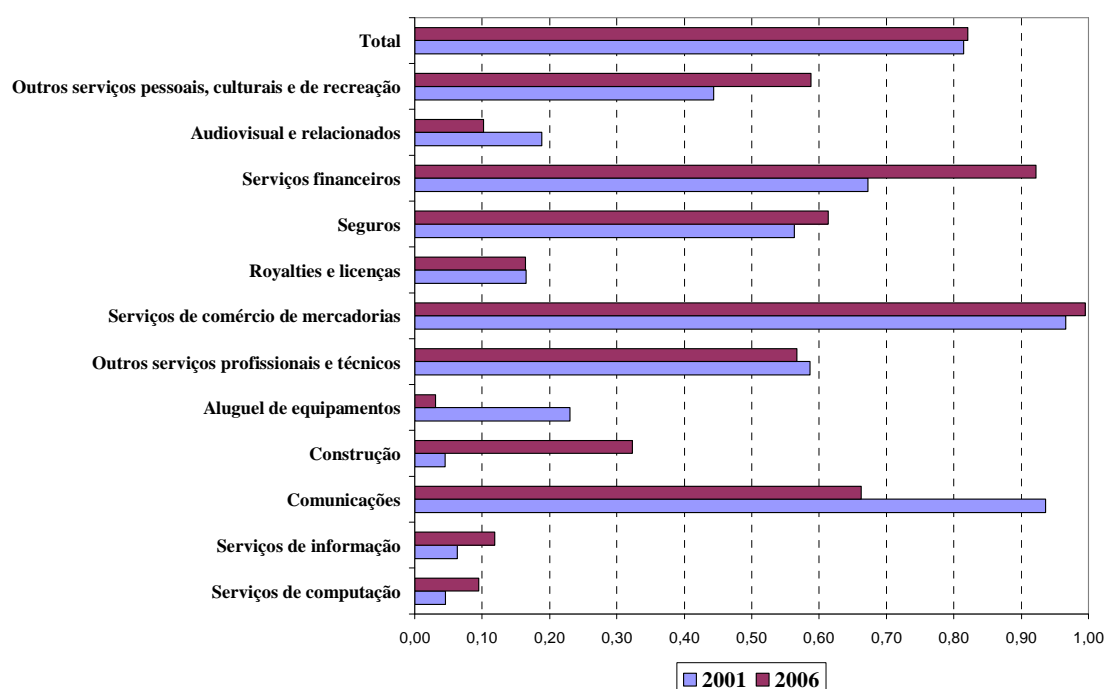
Figura 6: Índice de comércio de intra-setor por região, 2001 e 2006



Fonte: Cálculo dos autores baseado no Banco Central, www.bcb.gov.br.

De uma perspectiva setorial, o grau de comércio intra-setorial foi baixo em serviços de computação e informação, audiovisual e construção, mas foi alto em serviços financeiros, seguros e serviços profissionais. Ao longo do tempo, os maiores progressos foram feitos em finanças e construção, enquanto houve uma queda em comunicações.

Figura 7: Índice de comércio intra-setorial por categorias de exportação de “outros serviços”, 2001 e 2006



Fonte: Cálculo dos autores baseado em dados do Banco Central, www.bcb.gov.br.

A análise por regiões e setores mostra que finanças e comunicações foram os setores com as maiores participações no comércio intra-setorial (veja Anexo 3). Nos serviços financeiros, o índice foi maior que 0,8 em todos os quatro mercados. As menores parcelas foram de serviços de audiovisual, computação e informação. De 2001 para 2006, os maiores saltos foram observados no comércio de serviços de informação para a Ásia, União Européia e América do Sul, no comércio de seguros para Estados Unidos, e comércio de outras quatro categorias para a América do Sul (serviços de audiovisual, comunicação, computação e financeiros).

2. Novas tendências na exportação de “outros serviços”

Em 2007, o Brasil foi o 14º maior exportador mundial de “outros serviços”. Dentro de “outros serviços”, o segmento mais dinâmico é o de “outros serviços empresariais”, em particular serviços de engenharia e arquitetura, instalação e manutenção de escritórios e serviços de profissionais liberais. Os principais mercados para as exportações brasileiras são Estados Unidos e União Européia, mas a América do Sul também vem ganhando importância.

A análise acima, baseada em estatísticas do Balanço de Pagamentos, não inclui, entretanto, novas tendências na exportação de serviços. Em particular, o desenvolvimento de novas estratégias de internacionalização – tanto de exportações quanto de investimentos diretos estrangeiros – de serviços não tradicionais só pode ser detectado através de entrevistas, encontros de associações industriais, seminários e debates.¹⁴

Análises mais aprofundadas sobre as exportações brasileiras de serviços sugerem que as tendências recentes são moldadas por três processos distintos.¹⁵ Primeiro, a internacionalização de empresas brasileiras e a conseqüente demanda por serviços de apoio, o que criou incentivos para a expansão da venda de serviços de além-fronteira. Essa categoria cobre serviços financeiros, TIC, logísticos e de consultoria. Em segundo lugar, o Brasil tem alguns segmentos com uma vantagem competitiva derivada de aspectos específicos da evolução recente da economia brasileira. Diversos segmentos de serviços de tecnologia da informação (gestão governamental, operações de pagamento e finanças, jogos, etc.), de engenharia e construção, de engenharia aeronáutica e biotecnologia, serviços médicos e vendas de franquias compõem essa categoria. Uma terceira tendência se refere a nichos de mercado onde o Brasil tem desenvolvido habilidades para o controle de risco e projetos de modelos de negócios mais rentáveis que seus competidores — países desenvolvidos. Exemplos desses são os serviços de

¹⁴ Esse assunto também foi analisado por autores interessados nas inovações em serviços, veja Djellal e Gallouj (1999 e 2000) e Drejer (2004).

¹⁵ Por exemplo, a Prospectiva Consultoria (2006) usa dados privados de relatórios de empresas, associações empresariais, anúncios da mídia de investimentos estrangeiros e informações coletadas de 64 entrevistas com empresas de serviço que participam de programas de internacionalização.

desenvolvimento de projetos e infraestruturas, transporte aéreo, e até mesmo serviços de software e TI, entre outros. Essas três tendências às vezes se sobrepõem como é examinado mais detalhadamente abaixo.

2.1. Serviços de Apoio Integrado

Diversas companhias de serviços no Brasil internacionalizaram suas atividades para acompanhar seus clientes. Muitos serviços são insumos essenciais para a produção, por aumentarem a eficiência e melhorarem a qualidade de produtos e serviços. Os exemplos incluem eletricidade, finanças, logística e telecomunicações. Os serviços também interligam as atividades entre corporações multinacionais e dentro das mesmas em todo o mundo, facilitando o fluxo de informação, bens e pessoas. Como várias empresas brasileiras aumentaram a escala de suas operações no exterior, tanto via investimentos estrangeiros quanto via exportações, prestadores de serviço brasileiros seguiram o exemplo, oferecendo os seus serviços em um numero crescente de países.

Também ligadas a essa tendência estão novas formas de organização e gestão baseadas na alocação, em diferentes países, de diferentes etapas do processo produtivo. O sucesso dessa rede de produção vertical depende em parte da eficiência dos serviços de logística. Isso facilita as atividades produtivas que são intensivas em tecnologia e *just-in-time*. Portanto, o investimento de multinacionais em um país depende em parte da presença de serviços eficientes de infraestrutura. Nesse caso, a causalidade parece ir no sentido oposto: a internacionalização dos serviços não é o resultado da internacionalização das empresas clientes, mas funciona como uma pré condição para atrair partes das cadeias produtivas de empresas globais.

Alguns desses serviços são “serviços incorporados” ou serviços de exportação indireta, ou seja, estes serviços fazem parte da exportação de bens ou serviços já que eles são usados para *design*, pesquisa de mercado, assistência jurídica, marketing, etc. A fronteira entre a produção de bens e serviços é cada vez mais cinzenta e móvel (Almeida, 2006). Serviços representam cerca de um quarto do valor total de produtos manufaturados

(IBM, 2006). Os bens com a maior utilização de serviços são os de alta tecnologia: produtos eletroeletrônicos e dispositivos, equipamentos de telecomunicações e hardware. O valor do último incorpora uma parte crescente de software. Em alguns setores de alta tecnologia – como farmacêuticos -, o valor da medicina depende mais dos montantes gastos com pesquisa e desenvolvimento que com a produção em si.

Há um intenso debate sobre as seguintes causalidades: (i) Um país precisa de um ambiente internacional competitivo para atrair exportadores globais de serviço, ou (ii) o desenvolvimento de um conjunto de serviços globalmente competitivos é uma pré-condição necessária para criar um ambiente internacional competitivo?¹⁶ UNCTAD (2004) tratou desse tema no contexto de diversos países em desenvolvimento.

Abaixo, quatro exemplos de serviços de apoio integrado são detalhados: (a) serviços financeiros: bancos, companhias de seguros e instituições do mercado de ações; (b) serviço de tecnologias da informação e comunicação (TIC): telecomunicações; tecnologia da informação e outros serviços de comunicação (transmissão de banda larga, transmissões via satélite, telefonia); (c) serviços de logística incluindo transporte de cargas aéreo e marítimo, (d) serviços profissionais: jurídicos, contábeis, auditorias, consultorias, marketing, ambientais, eventos, serviços de comunicação, entre outros.

(a) Serviços Financeiros

Bancos e outros operadores financeiros são essenciais para as operações internacionais das empresas, incluindo planejamento financeiro e comércio transfronteiriço. Multinacionais organizam suas finanças de acordo com o sistema tarifário e regulatório de cada país (impostos, crédito, etc), assim como com a oferta local de serviços financeiros. Operações de exportações e importações exigem produtos de crédito em moeda local e estrangeira, garantias, cartas de crédito, financiamento de projetos e produtos contábeis.

Os bancos brasileiros aumentaram consideravelmente a provisão de serviços financeiros de além-fronteira, em paralelo com a internacionalização de diversas empresas. Bancos públicos e privados criaram diversos escritórios

¹⁶ Ver Gallouj *et al.* (eds.) (2006), e Moulaert e Gallouj (1993).

no exterior e bancos estrangeiros tem melhor integrado seus escritórios brasileiros na rede global. Enquanto alguns bancos (por exemplo, o Banco do Brasil) focam principalmente em clientes corporativos, outros (Banco Itaú e Caixa Econômica Federal, CEF) também oferecem serviços a brasileiros expatriados vivendo na Europa, Japão e em alguns países da América Latina. Os bancos estrangeiros (por exemplo, HSBC e Santander) foram credenciados para realizar operações financeiras mais complexas a favor das multinacionais brasileiras e estrangeiras.

Todavia, a expansão de serviços bancário de além-fronteira na América do Sul tem sido lenta, que por sua vez, parecem ter dificultado a integração regional (Prospectiva, 2006). Até recentemente, apenas alguns bancos operavam no plano regional. Além disso, o crédito para operações regionais de comércio era escasso e caro. Empréstimos bancários se concentravam em grandes empréstimos, o que frequentemente dificulta as operações regionais.

Contudo, o forte crescimento das multinacionais latino americanas (as Translatinas) com atividades por todo o continente ao longo dos últimos dois anos intensificou a demanda por um amplo leque de serviços bancários regionais. Essa demanda, por sua vez, forçou instituições financeiras no Brasil a implementarem estratégias de regionalização, em particular o Banco Itaú.¹⁷ Após concentrar seus esforços no mercado atacado regional, o Itaú começou a penetrar o mercado varejista também. Além disso, alguns bancos estrangeiros sediados no Brasil estabeleceram forte presença por toda a América do Sul, o que lhes dá uma vantagem competitiva para a oferta regional de produtos e serviços.

Outros mediadores financeiros que internacionalizaram suas atividades rapidamente, com foco na América Latina, foram a Bolsa de Valores de São Paulo (BOVESPA) e a Bolsa de Mercadorias e Futuros (BM & F). Em 2008, ambas as instituições se fundiram por duas razões: (a) para evitar uma

¹⁷ Após uma experiência negativa com a compra do Banco Buenos Ayres na Argentina (1998) – um investimento que manteve congelado até a crise de 2001-2002 -, o Itaú fez uma negociação com o Banco de Boston onde trocou aumento da participação desse no capital do Itaú Brasil por ativos no Uruguai e Chile. Assim, o Itaú se tornou o 12º maior banco em termos de ativos no Chile e o 3º no Uruguai. Na Argentina, ele pretende triplicar o número de clientes de 170 mil para 400 mil até 2010 (Notícias Itaú, ano 6, #57, Junho 07). Recentemente, o banco Itaú se fundiu com o Banco Unibanco e se tornou a maior instituição financeira da América Latina, reforçando sua estratégia de internacionalização.

possível aquisição hostil por um concorrente internacional, e (b) para reforçar a internacionalização com foco no mercado latino americano. Em 2008, BOVESPA era a 8ª maior bolsa de valores do mundo. Apenas a bolsa de Hong Kong e a de Xangai superavam a BOVESPA no grupo de países emergentes. Também em 2008, BM&F era a 6ª maior bolsa de mercados e futuros do mundo. Ela opera uma rede de aproximadamente 70 bancos no Brasil e diversos outros no exterior, além de ser mediada por cinco bancos de compensação nos Estados Unidos. A BM&F é certificada pelo FMI em termos de gestão de riscos e é considerada uma líder tecnológica global em suas atividades.

Dois fatores caracterizam as condições competitivas do Brasil nesses serviços quando comparado aos outros países da região (Pereira, 2007). Primeiro, as duas bolsas tem capacidade tecnológica excepcional que permite que todo o sistema comercial seja essencialmente eletrônico e online, como resultado da reforma do sistema brasileiro de pagamentos em 2002. Segundo, a consolidação das regras de governança corporativa que estabeleceu um alto padrão que distingue o Brasil dentre as economias emergentes.

(b) Serviços de TIC

A exportação brasileira de serviços de Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC) também cresceu em paralelo com o processo de internacionalização de outras empresas. As empresas em expansão no exterior tem uma demanda crescente para o desenvolvimento e manutenção de software para implementar e integrar seus sistemas, processos e armazenamento de dados, suporte, aplicativos, inteligência de negócios, serviços de rede e necessidades de segurança, entre outros. Empresas especializadas em TI responderam a essas demandas oferecendo os chamados serviços de BPO (*Business Process Outsourcing*), incluindo suporte ao cliente (por exemplo, telemarketing e pesquisa), serviços de *back-office* (por exemplo, processamento de informações financeiras e processamento da folha de pagamento) e serviços diversos tais como recursos humanos, planejamento financeiro e contabilidade, marketing, design, entre outros. A expansão internacional de *outsourcing* e *offshoring* foram facilitadas pela queda nas taxas de comunicação e expansão da rede digital (UNCTAD, 2004).

No Brasil, diversas empresas domésticas de pequeno e médio porte estão competindo com multinacionais, tanto nas vendas domésticas quanto na exportação de serviços. Além de suas exportações, várias empresas de TI se internacionalizaram através do estabelecimento de subsidiárias em diversos países da região, principalmente Argentina e México. De acordo com as associações empresariais líderes em TI no Brasil (BRASSCOM): "O Brasil tira vantagem de um potencial de crescimento de 40% a 50% por ano de *global sourcing* e se estabelece entre as cinco maiores do mercado em 2010, gerando US\$ 5 bilhões ao ano em exportações de software e serviços de TI."¹⁸ De acordo com a mesma fonte, "vários aspectos tornam o país atrativo para a demanda internacional. Nós somos um dos maiores mercados do mundo. Nós somos líderes globais no uso de TI em bancos de varejo e um dos mais sofisticados e eficientes em termos de automação bancária, especialmente no apuramento de cheques e documentos". Por exemplo, o Sistema de Pagamentos Brasileiro (SPB) é considerado como um dos mais eficientes sistemas do mundo, através da rede que liga as instituições financeiras ao Banco Central, com a maioria das operações acontecendo em tempo real e com elevados padrões de segurança. O Brasil também está avançado no uso de Internet Banking (cerca de 14% da população).

Tanto empresas brasileiras (por exemplo, CPM, Datasul e Microsiga) quanto empresas estrangeiras (EDS, IBM e Tata), com filiais no Brasil têm se especializado em serviços de apoio para as operações internacionais de empresas brasileiras e estrangeiras. Estes serviços incluem *back-office* financeiro, gestão da folha de pagamento e recursos humanos, *help-desk* e *call-centers*. Um exemplo recente é um consórcio de empresas estrangeiras e nacionais - lideradas pela IBM - que assinou um contrato de longo prazo, controlado do Brasil, para a terceirização de serviços de folha de pagamento, gestão de carreira e benefícios do Banco ABN-Amro, que tem presença global (Prospectiva, 2006).¹⁹

¹⁸ Testemunho de Rego Gil (2007), presidente da Brasscom, que representa a maioria dos exportadores de TI no Brasil.

¹⁹ Os encargos do ABN-AMRO (Banco Real) no Brasil foram transferidos para o Banco Santander em 2008.

Alguns aspectos positivos do setor brasileiro de TI se destacam. Por exemplo, várias empresas de serviços de TI com uma presença global têm incluído o Brasil na sua lista de prioridades de países para acolher parte de suas operações de *offshoring*, incluindo EDS, IBM, e algumas empresas, como a indiana Tata Consulting. O país tem uma base potencial para as exportações de serviços de TI, uma vez que apresenta 450 das 500 maiores empresas multinacionais do mundo, e tem um grande mercado doméstico para empresas de TI.²⁰ Para muitas multinacionais, o Brasil é o principal mercado regional e país-chave na região. Em 2006, cerca de 40% de todas as empresas multinacionais tinham suas sedes regionais no Brasil, enquanto 14% tinham suas sedes principais juntamente no Brasil e na Argentina (Prospectiva, 2006). Alguns países se destacam como exportadores de serviços de TI e BPO, incluindo a Índia, China, México, Filipinas e Brasil. De acordo com a empresa de consultoria AT Kearney (2007), o Brasil aparece logo atrás da Índia no ranking de atratividade. O balanço de pagamentos brasileiro não registra exportações de serviços de TI e BPO em separado.²¹

(c) Serviços de logística

Empresas brasileiras e estrangeiras de logística têm seguido a tendência de expansão das exportações de mercadorias, embora lentamente. Algumas empresas têm priorizado o mercado regional - principalmente no cone sul da América do Sul, enquanto outras se concentraram em operações extra-regionais, incluindo a China, os Estados Unidos e a África. A oferta de logística multimodal e internacional ainda é bastante inferior à de outros países com uma maior tradição de exportação. O alto custo do frete, a baixa disponibilidade e baixa frequência de rotas marítimas, e os recorrentes gargalos tanto de infraestrutura quanto de serviços de logística sugerem que há um enorme potencial de mercado.²² A escassez de serviços de logística para atender à

²⁰ Um exemplo do tamanho do mercado brasileiro é o anúncio de um dos maiores bancos brasileiros (Bradesco) de investimento de US\$ 600 milhões em projetos de TI em 2007 (*Valor Econômico*, 03/08/2007).

²¹ Cada tipo de serviço é registrado sob diferentes titulações no Balanço de Pagamentos. Por exemplo, algumas operações de BPO são registradas sob o nome de "serviços profissionais", outras como "comunicação" e muitas como "informática e informação".

²² Baseado em entrevistas com executivos de empresas de logística, transporte aéreo, ferroviário e rodoviário em 2006-07.

demanda empresarial no Brasil, particularmente para o resto da América do Sul, dificulta o comércio regional.²³

Algumas empresas de logística têm fortemente internacionalizado suas atividades. Exemplos em transporte ferroviário e aéreo são a América Latina Logística (ALL); a serviços de carga TAM (Transportes Aéreos Mercosul) e a Varilog.²⁴ Cerca de um quarto de toda a carga embarcada para o exterior vai para o resto da América do Sul, mas esta região representa apenas 12% do total das receitas de operações internacionais. Importantes obstáculos parecem dificultar o desenvolvimento dos serviços de carga expressa, como o excesso de burocracia, os atrasos frequentes, a pobre infraestrutura em portos e aeroportos e a heterogeneidade na regulação aérea.

(d) Outros serviços profissionais e técnicos

Outro setor onde houve um processo de internacionalização paralelamente a dos seus clientes é o de serviços profissionais. De 1990 a 2008, este setor gerou mais de metade do total das receitas de "outros serviços". Os serviços profissionais também se destacam a nível global, contribuindo com cerca de um quarto das exportações mundiais de "outros serviços", em 2004. Serviços profissionais incluem serviços jurídicos, consultoria de negócios, projetos e assessoria, entre outros. Vários escritórios de advocacia brasileiros estabeleceram uma forte presença internacional, através de redes de parcerias, associações com firmas em outros países, ou em alguns casos, com escritórios independentes. Esses escritórios de advocacia, basicamente, acompanham o processo de internacionalização de seus clientes. Esse processo de internacionalização explica o aumento da participação de serviços jurídicos nas exportações de outros serviços empresariais de 1% para 14% entre 2001/02 e 2005/06.²⁵ A América do Sul é o principal mercado para a exportação brasileira de serviços jurídicos.

²³ Um estudo da Prospectiva (2006) mostrou que 57% de todas as multinacionais consideravam a precariedade dos serviços de logística (baixa oferta e altos custos de transporte aéreo e marítimo) como um importante obstáculo para a integração de suas atividades na região.

²⁴ Essa companhia foi criada após a reestruturação da maior companhia aérea brasileira - VARIG.

²⁵ Apesar de não haver dados oficiais sobre o número de escritórios de advocacia e suas atividades externas, informações publicadas em jornais (mostrando aberturas de escritórios no

A exportação de serviços de consultoria (em auditoria, contabilidade, questões ambientais, gestão) se dá de diversas maneiras. A maioria é exportada através do comércio de além-fronteira (modo 1), mas há vezes em que essas empresas estabelecem presença comercial em outros países através de parcerias com uma empresa de consultoria local (modo 3). Como serviços de consultoria são geralmente contratados com base em projeto, eles tendem a ser desenvolvidos no Brasil (modo 1) em combinação com a ida temporária ao exterior de consultores durante o desenvolvimento e implementação do projeto (modo 4).

Outro exemplo de expansão das exportações de serviços profissionais é Design. Os principais mercados de exportação para esse setor são os Estados Unidos e os países europeus e, em menor escala, a América do Sul. As exportações para esta última são principalmente orientadas para empresas brasileiras com presença comercial em vários países da região e que desejam o mesmo prestador de serviços de design. Embora as exportações desses serviços para a região ainda sejam pequenas, elas estão crescendo rapidamente. Além de muitas médias e pequenas empresas de design, diversas empresas industriais de grande porte (por exemplo, Brastemp, Embraer, General Motors) criaram agências especializadas de design. Esta última também exporta seus serviços, tanto direta quanto indiretamente.²⁶

O setor de franquias no Brasil começou seu processo de internacionalização apenas recentemente, através do estabelecimento de representação comercial em países terceiros via modo 3. Estas empresas estão em expansão no exterior para melhorar sua competitividade internacional e reduzir sua dependência do mercado doméstico. Além disso, eles acreditam que possuir franquias no exterior reforça a sua posição no mercado brasileiro, através da melhoria da valorização de sua marca domesticamente. Assim, ter uma marca internacional tornou-se parte da estratégia de marketing doméstico. Por exemplo: China in Box e Habib's (indústria de alimentos), Chilli Beans (óculos) e O Boticário (cosméticos). Das 400 empresas que fazem parte da Associação

exterior e parceiras com escritórios estrangeiros), além de entrevistas, sugerem que eles vem rapidamente aumentando suas exportações.

²⁶Um exemplo recente foi a exportação do design de um Autosport Ford pelo departamento de engenharia da GM Brasil à subsidiária GM da Alemanha.

Brasileira de Franchising (ABF), apenas 35 tinham se internacionalizado até 2007. Segundo a ABF, a América Latina conta por quase todo o faturamento internacional, mas representa menos de 5% do faturamento total da indústria. De acordo com líderes empresariais do segmento, pelas franquias brasileiras estarem em sua fase inicial de globalização, elas se concentram em países vizinhos (Argentina, Chile, Colômbia, Peru, Equador, Uruguai e Paraguai) pela facilidade de proximidade geográfica e cultural. É importante notar que, no caso das franquias as empresas exportam um modelo de negócio preocupando-se mais com o conceito do produto e estratégia de marketing que com o produto em si.

2.2. Setores com vantagem comparativa

Outro grupo com rápido crescimento na exportação de serviços se baseia em sua vantagem competitiva em nichos de mercado, incluindo medicina, engenharia e construção, e algumas áreas de finanças e TI. As exportações de serviços médicos consistem basicamente em dois tipos de diagnósticos remotos realizados no Brasil (modo 1) e turismo de saúde (modo 2). O primeiro é uma análise clínica de amostras médicas (parte da fase final na fabricação e comercialização de remédios). A América do Sul tornou-se um importante mercado para estes serviços laboratoriais de testes clínicos. O segundo são serviços de telerradiologia, vendidos principalmente para países europeus. Embora não haja dados concretos disponíveis para avaliar a importância destes serviços, algumas evidências apontam para a crescente importância das exportações desses. Além disso, o Brasil também exporta serviços médicos pelo modo 2 (movimento de consumidores), conhecido como “turismo de saúde”. Estes consistem em serviços médicos relacionados a *check ups* e cirurgias (incluindo cirurgias plásticas e transplantes de coração) para estrangeiros, incluindo a viagem do seu país de origem para o Brasil e vice-versa. Um hospital brasileiro de nível superior já tem um terço desta capacidade atribuída a clientes estrangeiros, com sua equipe preparada para atendimento em inglês e espanhol.

Outro nicho de mercado invadido por empresas brasileiras é engenharia e construção, que é o principal gerador de receita das exportações de “outros

serviços profissionais”. Neste setor, o Brasil tem várias empresas de grande porte com forte presença internacional, estabelecidas principalmente na década de 1980. Essas atividades também aumentam as vendas externas de materiais de construção brasileiros, já que são construtores brasileiros que decidem que insumos são necessários. Neste caso, ocorre o oposto do que é observado em outras partes de serviços, que são exportados ou vendidos de forma indireta “dentro” de mercadorias. Aqui, é a exportação de serviços que gera um fluxo de exportação de mercadorias. O Brasil possui importante capacidade técnica para competir nos mercados internacionais. No entanto, a participação do Brasil no comércio global de serviços de construção continua pequena (1,4% do total do mercado em 2007). Em 2007, três empresas brasileiras estavam entre as 225 maiores exportadoras de construção do mundo: Norberto Odebrecht (21), Construtora Andrade Gutierrez (82) e Camargo Correa Construção e Comércio (203) (ENR Record Engineering News, 2007).

2.3. Setores com “vantagens” em países em desenvolvimento

Um terceiro tipo bem-sucedido de atividades exportadoras no Brasil são aquelas com vantagens específicas em relação a empresas dos países desenvolvidos. A experiência das empresas brasileiras no mercado doméstico lhes dá uma vantagem na gestão de riscos e na projeção de modelos de negócios apropriados em outros países em desenvolvimento, em especial na América Latina.

Um exemplo é o de serviços de engenharia. Empresas brasileiras são bem sucedidas no financiamento de projetos, já que elas atribuem menos risco aos países vizinhos que grandes empresas de construção de países desenvolvidos. Esta atitude resulta em uma melhor compreensão do funcionamento das instituições nos países latinos. Além disso, as relações oficiais do Brasil com outros governos na América Latina podem ser decisivas no processo de contratação de grandes projetos de engenharia.

Um segundo exemplo é o de serviços de TI na administração de eleições políticas. As urnas eletrônicas 100% automatizadas utilizadas nas eleições de

2004 no Brasil foram desenvolvidas por uma empresa brasileira (FRAGMENT SETS Serviços) entre 1995 e 1996. Em 2004, essas urnas eletrônicas foram exportadas pela primeira vez para o exterior e foram utilizadas nas eleições de 2006 da República Dominicana. Um terceiro exemplo é o de serviços regionais de logística, tanto para transporte terrestre quanto aéreo. Por razões políticas, culturais e históricas, a prestação de serviços de transporte conectando o Brasil aos seus vizinhos tem sido dominada por empresas brasileiras que ampliaram sua estratégia de mercado interno aos países vizinhos.

3. Promoção da exportação de serviços

A heterogeneidade da exportação brasileira de serviços exige diferentes tipos de políticas de promoção. De acordo com a Associação de Comércio Exterior do Brasil, a formulação de uma política de exportação de serviços precisa levar em conta as diferenças de demanda dos exportadores, desde isenção fiscal nos pagamentos associados ao comércio dos serviços até políticas de melhora da infraestrutura em transporte, turismo, assim como investimento em tecnologia e educação.

Esta seção mostra o quadro político para a promoção do comércio no setor de serviços, e ilustra a questão de políticas específicas para necessidades específicas nos casos de serviços de tecnologia da informação e serviços de engenharia. Além disso, esta seção destaca a importância do investimento direto estrangeiro no Brasil, do investimento direto brasileiro no exterior e do papel dos acordos comerciais regionais no comércio exterior de serviços.

3.1. Políticas de encorajamento à exportação de serviços

A Secretaria de Comércio e Serviços (SCS) do Ministério do Desenvolvimento foi criada em 2005. Esse departamento monitora as exportações de serviços, participa de negociações internacionais e propõe políticas de desenvolvimento do setor. Além disso, a SCS dissemina a cultura de “exportação de serviços” através de, por exemplo, cursos de treinamento para empresas e indivíduos interessados.

Outras agências do governo federal também promovem a exportação de serviços. Seus principais instrumentos de crédito são:²⁷

- i) *Programa de Crédito à Exportação* (PROEX), que aloca fundos para a exportação de bens e serviços por micro, pequenas e médias empresas brasileiras;
- ii) *Seguro de Crédito à Exportação* (SCE), que protege as exportações brasileiras de bens e serviços contra riscos comerciais, políticos e extraordinários;
- iii) *Fundo de Garantia à Exportação* (FGE), que cobre as garantias em operações de seguro de crédito à exportação.

As operações de financiamento à exportação (PROEX e FGE) precisam de aprovação e são monitoradas pelo Comitê de Financiamento e Garantia das Exportações (COFIG)²⁸ Esses instrumentos se aplicam para o comércio de bens e serviços. Não há nenhuma diretriz que privilegie as exportações de serviços, apesar de a Associação de Comércio Exterior do Brasil ter pedido uma maior alocação de recursos para a área.

Além disso, o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) disponibiliza linhas de crédito para investimento em capital fixo e de giro, e para a aquisição de bens de capital, voltado para a produção de bens e serviços para a exportação. Existem também programas específicos para alguns tipos de serviços, tal como turismo, tecnologia da informação (PROSOFT, veja abaixo) e serviços de audiovisual (PROCULT, tanto para o mercado doméstico quanto para exportação).

O BNDES também promove a internacionalização de empresas brasileiras, através da provisão de crédito pela subscrição de valores mobiliários. São contempladas operações que abrangem: investimentos (construção de novas unidades, aquisição, expansão ou modernização de unidades instaladas e

²⁷ www.desenvolvimento.gov.br. Em serviços, facilidades de crédito e financiamento para exportações.

²⁸ O conselho da COFIG é composto por membros dos ministérios afins com assuntos do comércio exterior, o Chefe da Casa Civil da Presidência da República, representantes do BNDES, Banco do Brasil e do Seguro de Crédito às Exportações Brasileiras.

participação societárias); e, capital de giro associadas aos investimentos passíveis de apoio financeiro.

São analisados dois setores para ilustrar o papel da política de exportações de serviços: serviços de engenharia e serviços de tecnologia da informação.

(a) Serviços de Engenharia²⁹

Financiamento e prestação de garantias é um fator determinante para a competitividade dos serviços de engenharia. Nas economias avançadas, o setor privado e os governos frequentemente participam no financiamento e na prestação de garantias para projetos no exterior na indústria de construção. No Brasil, tais garantias são disponibilizadas somente por uma entidade pública chamada FGE-COFIG, mas são consideradas insuficientes pelas construtoras brasileiras.

Em 1982, foi instituída a Convenção de Crédito Recíproco (CCR) - um acordo assinado entre os bancos centrais de 12 países da América Latina. O objetivo era estimular o comércio intrarregional, num momento em que restrições cambiais (crise da dívida externa) existiam na maioria dos países latino-americanos. A CCR funciona como um mecanismo de compensação de pagamentos numa base trimestral. As operações aprovadas no âmbito da CCR foram garantidas pelos Bancos Centrais, apenas relacionadas à conversibilidade, riscos de transferência e pagamento. As transações no âmbito da CCR representaram 90% do comércio intrarregional dos países membros do acordo em 1989 (ALADI, 2002).

Na década de 1990, novas diretrizes na gestão dos bancos centrais restringiram o papel da CCR. Em 2001, operações apoiadas pela CCR representavam apenas 3% do comércio intrarregional. No entanto, a CCR continua a ser um importante facilitador em mercados com elevado grau de risco, como por exemplo para operações de longo prazo em serviços de engenharia e construção; o mercado privado não oferece garantias para esses projetos.

²⁹ Os comentários foram retirados do relatório Schechtman, Costa e Pereira (2005).

Na primeira Cúpula dos Presidentes da América do Sul em 2000, os Chefes de Estado reconheceram que a integração física na região é um fator decisivo para a integração econômica regional. Neste contexto, eles aprovaram o projeto IIRSA (Integração da Infraestrutura Regional da América do Sul). Embora as empresas brasileiras tenham conhecimentos e habilidades técnicas, a sua expansão na América Latina é restringida pela oferta insuficiente de créditos. Algumas propostas recentes incluem a criação de um fundo regional de garantias.

No entanto, as empresas brasileiras apresentam uma carteira diversificada de projetos em curso em vários países latinos. Isso mostra que as empresas têm resolvido, pelo menos parcialmente, a questão das garantias. Um apoio mais amplo do governo na área de garantias contribuiria para a expansão de suas operações no exterior.

(b) Serviços de TI

Nos últimos anos o Brasil estabeleceu diversas políticas para a promoção da internacionalização de empresas de serviços de TI. Em 2004, software e serviços relacionados foram selecionados como setores prioritários pela Política Industrial, Tecnológica e de Comércio Exterior (PITCE). Um primeiro conjunto de políticas foi a implementação da lei No. 11,196 22/11/2005 em 2005. Além de promover inovação tecnológica, esse Ato estimulou o investimento e desenvolvimento de softwares. Isso foi feito através de um regime especial para a Plataforma de Exportação de Serviços de Tecnologia da Informação (REPES), que visava a expansão das exportações do Brasil de serviços de TI através da eliminação do PIS / PASEP e COFINS sobre as compras de computadores no mercado doméstico e importações de bens e serviços relacionados ao desenvolvimento de software e serviços para exportação.³⁰

³⁰ PIS / PASEP e COFINS são impostos pagos pelas empresas sobre suas receitas e seus lucros para o financiamento de programas sociais, incluindo o seguro desemprego. Como as empresas também pagam as contribuições de segurança social sobre os salários, elas gostariam de serem dispensadas de outros impostos.

Uma segunda medida foi a Lei de Inovação Tecnológica de 2005 (Law 10,973 02/12/2004). Esta ferramenta incentivou a interação entre empresas, centros de pesquisa e universidades, estimulando o desenvolvimento de novas idéias e produtos inovadores.

Um terceiro instrumento foi a criação pelo BNDES de uma linha de crédito chamada PROSOFT (Programa para o Desenvolvimento da Indústria Nacional de Software e Serviços de Tecnologia e Informação). Esta linha de crédito financia a compra de máquinas e equipamentos, gastos em treinamento, expansão de empresas no exterior e exportações.³¹

Outra iniciativa política é a promoção de um ambiente seguro para a indústria de TI, através da proteção da propriedade intelectual. Para este fim, o Conselho Nacional de Combate à Pirataria foi criado.

Para acelerar os objetivos da PITCE, o presidente Lula renomeou a iniciativa de Programa de Desenvolvimento Produtivo (PDP), em maio de 2008. PROSOFT continua a ser parte dela.

3.2. Investimentos e negociações de serviços

A competitividade na exportação de serviços depende também de investimento e (regulamentação) das barreiras comerciais. Ambos afetam o potencial de expansão das exportações através de desvio e criação de comércio.³²

³¹ Podem ser citados dois exemplos interessantes. O primeiro é o apoio a internacionalização de empresas, chamado Itaotec. O BNDES desembolsou US\$ 142 milhões em Julho de 2007 para apoiar e facilitar a aquisição da companhia norte americana Tallard, para fortalecer as subsidiárias da empresa em Miami e Lisboa. O segundo exemplo refere-se a Microsiga, uma empresa brasileira com forte presença na Argentina e no México, que adquiriu a Logocenter com apoio financeiro do BNDES.

³² Os conceitos de criação e desvio de comércio são usados na literatura econômica para avaliar os efeitos de acordos preferenciais de livre comércio e uniões aduaneiras. Há criação de comércio quando um país começa a importar, com o consentimento do parceiro, uma mercadoria que era anteriormente fornecida apenas pela indústria doméstica. O parceiro, ainda que não seja o mais eficiente no comércio mundial, tem vantagens comparativas em relação ao país. Sem o acordo, o país não teria importado a mercadoria. Há desvio de comércio quando, como resultado de um acesso preferencial, um país substitui as importações de um país mais eficiente por aquelas do parceiro no acordo comercial. Nesse caso, a alocação global de recursos piora. Entretanto, uma análise dos benefícios de uma integração dinâmica mostra que o hiato pode favorecer o desenvolvimento de industriais locais (Pomfret, 1997). A mesma abordagem conceitual pode ser aplicada na área de serviços. A dificuldade, no entanto, é quantificar os custos e benefícios.

(a) Investimento estrangeiro

Investimento e exportações de serviços estão fortemente ligados. Investimentos podem facilitar as vendas externas de serviços de exportação de duas maneiras. Primeiro, além de transações transfronteiriças, o Brasil pode também exportar serviços, através da criação (investimento) de filiais em outros países e utilização desses serviços para vender localmente. Segundo, o Brasil pode atrair empresas estrangeiras para criar (investimento) afiliados no Brasil, que por sua vez podem exportar serviços para outros países. Os dados sobre os investimentos estrangeiros de empresas brasileiras no exterior, bem como IDE por estrangeiros no Brasil são usados como uma *proxy* para ambas as vendas por filiais no estrangeiro e as exportações brasileiras de multinacionais com sede no Brasil, já que os dados relativos a esse último ainda não existem.

O investimento brasileiro no exterior cresceu continuamente entre 2001 e 2007, de US\$ 42 bilhões para US\$75 bilhões, enquanto o investimento nas indústrias de serviços subiu de US\$38 bilhões para US\$69 bilhões (Banco Central). Assim, cerca de 90% do investimento brasileiro no exterior ao longo dos últimos anos foi em serviços. Cerca de metade do investimento estrangeiro foi em serviços financeiros, uma parcela que é provavelmente ainda maior, pois parte desses recursos é somente intermediada por bancos e investida em outras partes da economia.³³ O investimento estrangeiro em serviços prestados às empresas representavam cerca de um quarto a um terço do total nos últimos anos. Ao contrário de serviços financeiros, o investimento neste segmento é mais ligado à internacionalização de empresas brasileiras. Isto é, o fato de os serviços empresariais, profissionais e técnicos terem sido responsáveis por metade do total das exportações parece ser consistente com a participação do investimento estrangeiro no setor.

A segunda contribuição do investimento para as vendas externas de serviços é através da criação (investimento) de filiais no Brasil por

³³ Isso é, de acordo com esses dados, aproximadamente metade de todos os fundos foram investidos em filiais estrangeiras de banco e outras instituições brasileiras. Entretanto, em muitos casos, esses fundos não permaneceram no setor financeiro, mas foram repassados a empresas brasileiras em outros setores da economia do país hospedeiro. Portanto, a participação dos serviços financeiros, assim como do setor de serviços, nos investimentos externos é provavelmente sobrevalorizada, sem se saber o quanto.

multinacionais estrangeiras, que por sua vez pode exportar serviços para outros países. Os dados mais recentes sobre o estoque de IED são de 2000. Estes dados mostram que na década de 1990, as multinacionais investiram pesadamente no Brasil, aproveitando-se de (i) uma grande onda de privatização dos serviços públicos (telecomunicações, eletricidade, estradas e ferrovias), e (ii) desregulamentações que facilitavam a entrada de capital estrangeiro. Como resultado, a participação dos serviços no estoque de IDE aumentou de um terço em 1995 para 81% em 2000, com correios e telecomunicações representando 37% e finanças (excluindo seguros e pensões) 21%. Os principais investidores estrangeiros no estoque de IED de 2000 foram a Espanha (32%) e os Estados Unidos (18%).

A participação do setor de serviços nos fluxos de IDE caiu na última década. Sua participação era de cerca de 80% entre 1998 e 2000, caindo posteriormente para 55% entre 2001 e 2006, 47% em 2007 e 39% em 2008. Nos últimos anos, os setores destinatários predominantes foram finanças, varejo, construção imobiliária e transporte.

A comparação entre os investimentos diretos brasileiros no exterior e os investimentos estrangeiros diretos no Brasil mostra a grande participação dos serviços financeiros. Este resultado é consistente com o elevado nível de comércio intra-indústria discutido na seção 1. Além disso, os dados mostram que o volume de IDE em alguns setores tem contribuído para o desempenho das exportações brasileiras nessas áreas. Um exemplo é o de telecomunicações, setor que empresas estrangeiras investiram pesadamente após a privatização na década de 1990. Isso contribuiu para impulsionar as exportações de serviços, como ilustrado pelo fato deste setor apresentar superávit desde 1997.

(b) Acordos no comércio de serviços

Acordos comerciais preferenciais são instrumentos que beneficiam as exportações brasileiras de bens e serviços. Por exemplo, 41% das exportações brasileiras de bens de capital e 38% do total das exportações de manufaturados foram para os membros da ALADI (Associação Latino-

Americana de Integração) em 2007.³⁴ No entanto, nas negociações de livre comércio, o Brasil tem priorizado o setor de bens em detrimento do setor de serviços. Isto é em parte o resultado de uma participação mais ativa do setor privado nas discussões com o governo sobre o comércio de mercadorias que sobre o comércio de serviços. Por sua vez, este fraco diálogo público-privado sobre serviços se origina em parte de seu caráter heterogêneo, com diferentes segmentos com diferentes demandas e interesses, que dificultam a formulação de uma agenda estratégica com objetivos claros.

O Brasil assinou mais de dez acordos comerciais sobre bens e ratificou o acordo multilateral do GATS (Acordo Geral sobre Comércio de Serviços) sobre os serviços. Como parte do Mercosul, assinou um acordo bilateral de serviços com o Chile em 2008. A posição do Brasil nas negociações multilaterais de serviços tem sido basicamente defensiva. O país se engajou com alguns poucos compromissos no GATS, com exceção de alguns do modo 3 (presença comercial), e outros em telecomunicações pelo modo 1 (comércio transfronteiriço) e 2 (consumo no país exportador). Apesar desses poucos compromissos no GATS, o setor de serviços brasileiro é relativamente aberto, oferecendo poucas restrições sobre o comércio de serviços, em especial no modo 3. Exemplos de setores abertos são os de distribuição e de telecomunicações.

O Brasil não tem uma estratégia clara para o comércio regional de serviços, o que contraria o interesse crescente do setor privado de serviços na América do Sul, como mostra a pesquisa da Prospectiva Consultoria (2006).³⁵ Vários fornecedores de serviços têm ênfase no mercado sul-americano. No entanto, esta expansão dos negócios na região tem recebido pouco apoio do público.

Uma exceção a isso é que o Brasil, um membro do Mercosul, assinou, em conjunto com outros estados membros, o Protocolo de Montevideu sobre Comércio de Serviços do Mercosul, em 1997.³⁶ Até agora, seis listas foram negociadas. A sétima rodada de negociações começou em 2007 e ainda não

³⁴ Para mais dados e informações, ver a Secretaria de Comércio Exterior, www.desenvolvimento.gov.br.

³⁵ Ver Prospectiva Consultoria (2006).

³⁶ O Protocolo de Montevideu tem a mesma estrutura do GATS. O objetivo é criar uma área de livre comércio de serviços. A negociação é feita através da apresentação de listas positivas — os países oferecem os setores que desejam negociar.

foi concluída. O primeiro protocolo só entrou em vigor em Dezembro de 2005. Também em 2005, a lista de compromissos iniciais, e uma segunda lista complementar, foi ratificada pelo Congresso Nacional.³⁷ O Tratado de Montevideu, apesar de sua cobertura limitada, está lentamente sendo executado.

Uma tendência preocupante é que os países da América do Sul têm avançado muito pouco no sentido de integrar melhor seus mercados de serviços, enquanto que alguns países tem crescentemente estabelecido esses tipos de compromissos com países terceiros, notadamente os Estados Unidos e a União Européia.

O principal obstáculo para exportação de serviços a outros países sul-americanos não é o acesso ao mercado, mas as questões relacionadas à facilitação do comércio, incluindo vagas e divergentes normas regulamentares e os custos relacionados com fluxos financeiros além-fronteira (por exemplo, taxas elevadas e dupla tributação). Outro entrave é a falta de acordos entre o Mercosul e outros países da região sobre a circulação temporária de trabalhadores.³⁸

Alguns setores de serviços brasileiros, como o setor de TI, indicam que podem focalizar sua internacionalização diretamente nos países desenvolvidos. A principal associação empresarial do setor, a Brasscom, tem pressionado a formulação de uma estratégia mais agressiva, tanto nas negociações multilaterais quanto bilaterais.

No entanto, parece que as melhores oportunidades para a exportação e internacionalização de empresas de serviços no Brasil estão na América do Sul. Setores como transporte aéreo, serviços bancários, mercados de ações, engenharia, construção, distribuição, franchising, turismo e serviços de telemedicina parecem ter um grande potencial para expandir os seus negócios regionais

³⁷ Fonte: Banco Central do Brasil. www.bcb.gov.br.

³⁸ Não obstante existir um acordo sobre o movimento temporários de homens de negócios e profissionais na região do Mercosul, os procedimentos administrativos são lentos e dificultam a implementação do acordo.

A expansão de “outros serviços” também depende do transporte internacional de passageiros. Surpreendentemente, a América do Sul ainda não dispõe de uma rede flexível de vôos de baixo custo entre capitais e cidades da periferia. Enquanto as companhias aéreas aumentam o número de rotas há espaço para expansão. A atual rede de vôos parece irracional, em parte porque a região não possui centros consolidados que sirvam para a conexão entre vôos intrarregionais e vôos extrarregionais. Em outros continentes, estes centros existem.

O desenvolvimento de um sistema regional de transações financeiras é outro fator que pode aumentar a competitividade dos serviços brasileiros de forma geral. A experiência brasileira deveria servir de base para o desenvolvimento de um amplo programa regional de pagamentos e gerenciamento de riscos. É necessário que sejam feitos acordos com os países e que as instituições públicas e privadas como a BM&F-BOVESPA (bolsa de títulos, ações, mercadorias e futuro de São Paulo) participem.

Os benefícios futuros esperados dessa iniciativa são operações mais rápidas, menos riscos relacionados com a liquidação das operações de comércio regional, custos mais baixos para os contratos de câmbio, menos dificuldades para os países da região para a obtenção de divisas e uma maior participação das pequenas e médias empresas (PME) no comércio regional. Até agora, muitas PME estão excluídos devido aos elevados custos e riscos envolvidos nestas operações.

Um terceiro exemplo de um serviço que poderia facilitar o comércio intra-regional é telecomunicações. Mais cooperação entre os reguladores nacionais e as empresas de telecomunicações resultaria em preços mais baixos. A forte presença de empresas estrangeiras em vários países da região, dos quais vários oferecem serviços de VoIP (voz sobre protocolo Internet), poderá estimular a convergência dos quadros regulamentares nacionais para reduzir os custos operacionais e, conseqüentemente, os custos de comunicação. Além disso, os reguladores devem fazer baixar as tarifas de *roaming*.

A competitividade dos setores descritos depende em parte de acordos preferenciais de comércio de serviços entre os países (Mulder et al., 2008). Uma mensagem é que a convergência dos marcos regulatórios no âmbito do

Mercosul e da América do Sul como um todo pode impulsionar o comércio de serviços na região. Este, por sua vez, irá beneficiar os consumidores. Os acordos devem incluir disposições de defesa do consumidor, por exemplo, nos casos de telecomunicações e de aviação.

4. Considerações Finais

O recente desempenho dinâmico do Brasil no comércio mundial de "outros serviços" tem sido notável. Mas, a muito mais rápida expansão da China e da Índia neste segmento sugere que o Brasil pode ir ainda melhor. A diversificação das exportações brasileiras de "outros serviços comerciais" ainda é baixa em termos de tipos de serviços e mercados de destino, mas novos tipos de exportações e mercados tem surgido. As exportações concentram-se em arquitetura, engenharia e serviços imobiliários. Com relação aos destinos, o mercado Norte Americano conta por cerca de metade do total das exportações e a União européia por um quarto. Novos tipos de exportações estão ganhando importância, como por exemplo serviços financeiros (onde o Brasil é o 14º maior exportador mundial) e serviços jurídicos, que fazem parte de serviços técnicos profissionais. O comércio intrassetorial com os principais mercados de exportação do Brasil é importante. No caso de serviços técnicos profissionais, o maior índice é registrado no mercado sul-americano, o que sugere um potencial importante para aumentar o comércio nesta área na região.

O dinamismo recente da exportação brasileira de serviços e sua diversificação incipiente estão associados a três tendências interrelacionadas. A primeira é a internacionalização das empresas brasileiras, o que aumenta a demanda por serviços de apoio integrado, tais como finanças, tecnologia da informação e logística. A segunda é o aumento do investimento estrangeiro direto no setor de serviços, o que expande a capacidade de exportação do Brasil. E a terceira é o rápido crescimento dos investimentos brasileiros no exterior no setor de serviços.

A expansão das exportações de serviços exige um conjunto de políticas comuns e horizontais. Estas devem ter o objetivo de melhorar a qualificação dos trabalhadores, a infra-estrutura de telecomunicações e de desenvolver um

sistema jurídico-regulamentar que favoreça o investimento. Neste último caso, a convergência dos marcos regulatórios na América do Sul aumentaria não só as exportações do Brasil, mas também as dos seus parceiros comerciais regionais. Mesmo que o Brasil, como membro do Mercosul, tenha acordos de livre comércio com todos os países da região, eles só são aplicáveis ao comércio de bens (com exceção de um recente acordo com o Chile). Além disso, a divulgação de informações e a participação em eventos internacionais é importante. A APEX (Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos), que apoia pequenas e microempresas, tem um importante trabalho neste sentido.

Além de políticas horizontais, também são necessárias políticas específicas. O Brasil tem uma clara vantagem comparativa em "outros serviços empresariais", que consiste principalmente de serviços técnicos e profissionais. Este segmento inclui uma variedade de especialidades que vão desde os serviços tradicionais de engenharia até os serviços de design, consultoria técnica, entre outros. O tipo de apoio necessário para o desenvolvimento das exportações difere de um setor de serviços para o outro. Por exemplo, serviços de engenharia necessitam de um sistema de garantias do Estado para expandir suas vendas externas orientadas para a integração física sul-americana. No caso das exportações de tecnologia da informação, os melhores incentivos parecem incentivos fiscais e créditos.

Para melhorar ainda mais o potencial do país, o presente estudo destaca as recomendações de políticas a seguir:

- É necessário mais o trabalho para melhorar as estatísticas do comércio de serviços. Já há um esforço nesse sentido, que inclui um registro de vendas para o exterior por filiais de multinacionais brasileiras (estatísticas FATS).
- Após o seu acordo com o Chile em 2008, o MERCOSUL deve intensificar seus esforços para incluir serviços nos outros acordos regionais. Além disso, os serviços devem fazer parte das negociações comerciais extrarregionais.

- As organizações e coalizões do setor privado de serviços no Brasil devem ser melhor organizadas para intensificar o diálogo com o governo sobre quais são suas necessidades e quais as políticas que parecem mais adequadas para aumentar a sua competitividade.
- O país precisa intensificar seus esforços para melhorar e adaptar o seu sistema de educação (superior) e capacitação profissional para as necessidades dos exportadores de serviços, já que agregar valor a “outros serviços” depende fortemente da qualificação dos trabalhadores. São necessários esforços adicionais para melhorar o ensino primário e secundário, em particular habilidade de compreensão matemática, lógica e de leitura, bem como ensino da língua inglesa mais cedo. Além disso, é necessária uma maior interação entre os setores público, privado e acadêmico na concepção e implantação de programas técnicos e universitários (CEPAL, 2009).

Bibliografia

Almeida, P.H. (2006). “Serviços Estratégicos para o Desenvolvimento”, <http://www.sei.ba.gov.br>

Arora, A., V.S. Arunachalam, J. Asundi and R. Fernandes (2001), “The Indian Software Services Industry”, *Research Policy*, Vol. 30, No. 8, pp. 1267-87.

Djellal, F.; Gallouj, F. (1999). “Services and the Search of Relevant Innovation Indicators: A Review of National and International Surveys”. *Science and Public Policy*, 26 (4), 218-32.

Djellal, F.; Gallouj, F. (2000), “Le “casse-tête” de la mesure de l’innovation dans les services: enquête sur les enquêtes”, *Revue d’économie industrielle*, n.93.

Drejer, Ina (2004). “Identifying Innovation in Surveys of Services: A schumpeterian perspective”. *Research Policy*, v.33, p.551-562.

ECLAC (2009), *Foreign Direct Investment in Latin America and the Caribbean 2008*, Santiago.

ENR Engineering News Record, 2007. The Top 225 International Contractors and the Top 225 Global Contractors

Fonseca Moreira, B. (2007), “A Construção de uma Política de Exportação de Serviços”, Text for discussion, Brazilian Foreign Trade Association, <http://www.aeb.org.br/Politica%20Servicos.pdf>

Gallouj, C., F. Leloup, B. Mérenne-Schoumaker and L. Moyart (eds.) (2006). *Services aux entreprises et développement régional: bilan et perspectives*. Bruxelles: Editions De Boeck.

IBM (2006), *Services and Global Competitiveness: Growth Opportunities for Developing Economies*, IBM Governmental Programs

INTAL-IADB (2009), *MERCOSUR Report*, No. 13, 2007-2008, Buenos Aires.

Moulaert, F. and C. Gallouj, (1993) “The Locational Geography of Advanced Producer Service Firms: The Limits of Economies of Agglomeration.” *The Service Industries Journal*, April, 13(2), 91-106.

Mulder, N., S. Sáez, C. de Camino and A. Finot (2008), "Trade in Services in Latin America and the Caribbean: An Analysis of Recent Trends", *Serie Comercio Exterior*, No. 84, ECLAC, United Nations, Santiago.

NASSCOM-Mckinsey (2005), "Extending India's Leadership of the Global IT and BPO Industries", NASSCOM-Mckinsey.

Pereira, C. (2007), "Papel do mercado de capitais brasileiro no processo de internacionalização", presentation at seminar on *Serviços financeira e internacionalização das empresas brasileiras*, em 29 de maio. <http://cebri.org.br>— see "seminários".

Pomfret, R. (1997), "Regional Trade Agreements", In Fratianni, Michele (ed.), *Regional Economic Integration*, Volume 12 (Research in Global Strategic Management). Elsevier: Amsterdam.

Prospectiva Consultoria (2006). *Comércio internacional de serviços e investimentos na América Do Sul – tendências, obstáculos e impactos na integração regional: uma perspectiva do setor privado*. Research coordinated by Pesquisa elaborada por Ricardo Sennes, R. M. and P. Pedroti as part of CINDAS/Agência Suíça de Desenvolvimento e Cooperação project. Relatório Final. Mimeo: São Paulo.

Rego Gil, A.C. (2007), "Marca Brasil de TI e o crescimento do País com a exportação" no *Boletim Is - Mercado e Políticas Públicas no Brasil*. São Paulo. Edição de 17.07.2007.

Schechtman, J., L. Valls Pereira and S. Costa (2005), *Condicionantes Estratégicos da Internacionalização dos Serviços de Engenharia Brasileira*. Working Paper, IBRE/FGV, Mimeo, Rio de Janeiro.

Secretariat of MERCOSUR (2009), Seminar on trade in services in MERCOSUR: Current situation and prospects, 29 February, Montevideo, <http://www.mercosur.int/msweb/portal%20intermediario/es/index.htm>

UNCTAD (1999), *Assessment of Trade Services in Services of Developing Countries*, Unctad/ITCD/TSB/7, Geneva, www.unctad.org

UNCTAD (2004), *World Investment Report 2004: The Shift Towards Services*, Geneva.

WTO (2009), *World Trade International Trade Statistics 2008*, Geneva.

Anexo 1: Classificação comercial de “outros serviços”

Dados do comércio bilateral 2001/2006	Dados do balanço de pagamentos 1980/2008
1 Computação	1 Seguros
2 Informação	2 Serviços Financeiros
3 Ecomendas postais	3 Serviços de informação e computação
4 Telecomunicações	4 Royalties e licenças
5 Construção	5 Aluguel de equipamentos
6 Aluguel de equipamentos	6 Serviços governamentais
7 Outros profissionais -técnicos Legais, contábeis e relações	7 Serviços de comunicação
8 públicas	8 Serviços de construção
9 Pesquisa e desenvolvimento	9 Comércio e serviços relacionados
10 Publicidade pesquisa de mercado.	Serviços empresariais, profissionais e técnico
11 Agricultura, mineração e extração	10 Encomendas postais
12 Arquitetura e engenharia Empresariais profissionais e	11 Honorários de profissionais liberais
13 técnicos	12 Instalação e manutenção de escritórios
14 Comércio	13 Participação em feiras e exposições
15 Royalties e licenças	14 Passes de atletas
16 Outros seguros diretos	15 Publicidade
17 Resseguros	16 Serviços de engenharia e construção
18 Frete e seguros	17 Instalação/implementação de serviços técnicos
19 Seguro auxiliar	Serviços pessoais, culturais e de lazer
20 Finanças	18 Audiovisuais
21 Embaixadas	19 Culturais e esportivos
22 Other governmental	
23 Unidades militares	
24 Audiovisual	
25 Outtros pessoais, cultural e lazer.	

Fonte: Banco Central do Brasil.

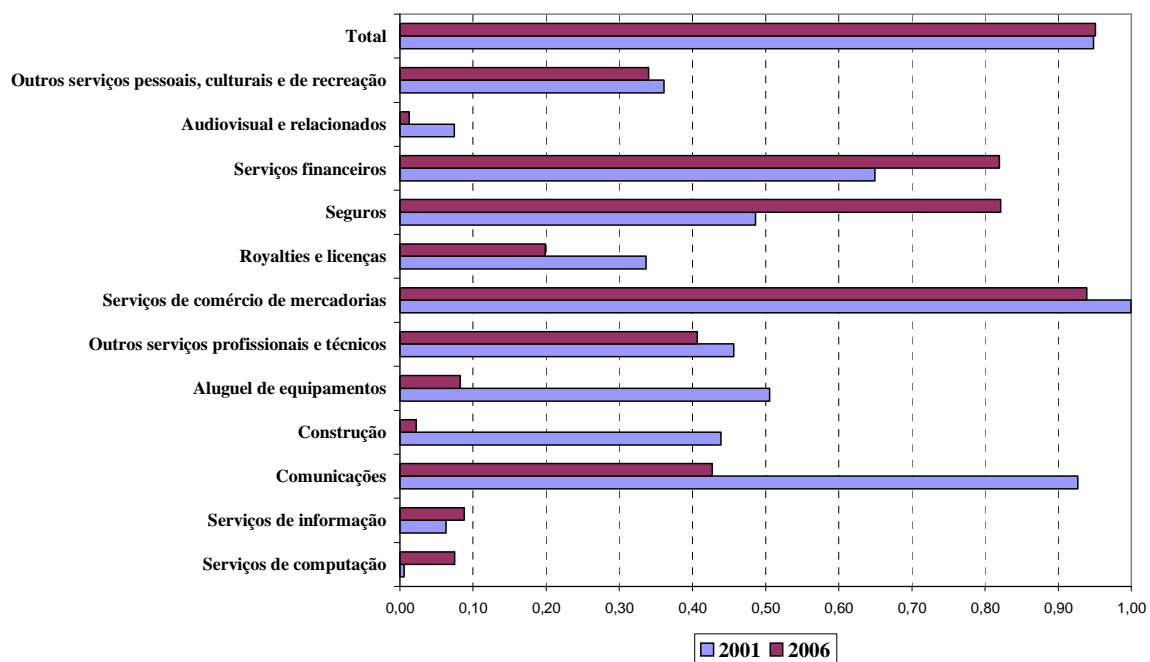
Anexo 2: Balança Comercial de categorias de comércio de “outros serviços”, 1990-2008

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
<i>Total services</i>	-3,596	-3,800	-3,184	-5,246	-5,657	-7,483	-8,681	-10,646	-10,111	-6,977	-7,162	-7,759	-4,957	-4,931	-4,678	-8,309	-9,640	-13,219	-16,672
Transportation	-1,644	-1,656	-1,359	-2,091	-2,441	-3,011	-2,717	-3,162	-3,261	-3,071	-2,896	-2,966	-1,959	-1,590	-1,986	-1,950	-3,126	-4,384	-4,944
Travel	-90	-237	-337	-795	-1,181	-2,420	-3,598	-4,377	-4,146	-1,457	-2,084	-1,468	-398	218	351	-858	-1,448	-3,258	-5,177
<i>Total "other services"</i>	-1,863	-1,907	-1,488	-2,359	-2,035	-2,052	-2,365	-3,106	-2,703	-2,448	-2,182	-3,325	-2,601	-3,558	-3,041	-5,500	-5,067	-5,576	-6,551
Insurance	-68	-133	-58	-45	-132	-122	-63	74	81	-128	-4	-275	-420	-436	-544	-568	-430	-766	-837
Financial services	-608	-185	10	-11	47	-152	-215	-885	-527	-269	-294	-307	-232	-383	-77	-230	-110	283	93
Computer and information services	-51	-46	-119	-113	-149	-249	-379	-589	-789	-1,010	-1,111	-1,106	-1,118	-1,034	-1,228	-1,626	-1,903	-2,112	-2,598
Royalties and license fees	-75	-50	-53	-86	-220	-497	-753	-848	-1,329	-1,150	-1,289	-1,132	-1,129	-1,120	-792	-1,303	-1,513	-1,940	-2,232
Operational leasing services	-513	-709	-875	-1,065	-939	-769	-656	-1,048	-634	-599	-1,311	-1,867	-1,672	-2,312	-2,166	-4,130	-4,887	-5,771	-7,808
Government services	-328	-370	-166	-345	-327	-339	-303	-350	-385	-498	-549	-652	-252	-151	-192	-755	-450	-1,134	-1,116
Communication services	70	-11	4	26	25	-10	-44	9	81	14	4	29	14	84	174	127	104	180	167
Construction services	0	0	0	7	32	6	1	10	52	16	227	17	12	10	1	8	18	12	14
Merchandising and other trade-related services	-77	-148	-162	-168	-199	-90	-36	-160	-31	251	194	-23	-12	-92	-235	-279	1	18	440
Business, professional and technical services	-122	-135	59	-365	23	372	348	886	1,071	1,259	2,251	2,300	2,460	2,158	2,378	3,651	4,556	6,230	8,110
Mail orders	0	0	0	0	-1	-6	-5	-4	-4	-8	-25	-30	-30	-26	-30	-34	-37	-33	-14
Self-employed remuneration	0	0	-1	0	5	11	14	23	37	33	44	32	42	7	61	308	1,034	1,423	2,167
Installation and maintenance of administrative offices and real-state rental	-99	-90	-35	-343	25	378	186	641	857	909	1,174	1,348	1,403	1,294	1,359	1,528	1,572	2,254	2,921
Participation in fairs and exhibits	0	0	-3	-6	-3	-6	0	2	4	4	-9	-8	-14	-83	-30	-29	-35	-37	-43
Professional athlete's transfer fees	0	0	9	7	13	14	38	87	54	61	107	121	62	68	98	151	117	203	192
Publicity	-5	1	-2	-11	-2	-11	22	135	49	70	51	69	69	45	-53	58	64	83	85
Architectural, engineering and other	-19	-45	92	-13	-15	-6	89	4	74	189	911	768	927	853	975	1,665	1,800	2,267	2,691
Installation/implementation of technical and economic services	0	0	0	0	0	0	3	1	0	1	0	0	1	0	0	4	42	70	111
Personal, cultural and recreational services	-91	-120	-129	-196	-196	-202	-266	-206	-292	-335	-300	-307	-251	-283	-362	-396	-452	-578	-783
Audiovisual	-42	-42	-36	-37	-49	-68	-117	-65	-129	-257	-242	-230	-187	-221	-285	-298	-366	-439	-563
Cultural and sports events	-48	-78	-93	-159	-147	-134	-148	-141	-163	-78	-57	-78	-64	-62	-77	-98	-85	-139	-220

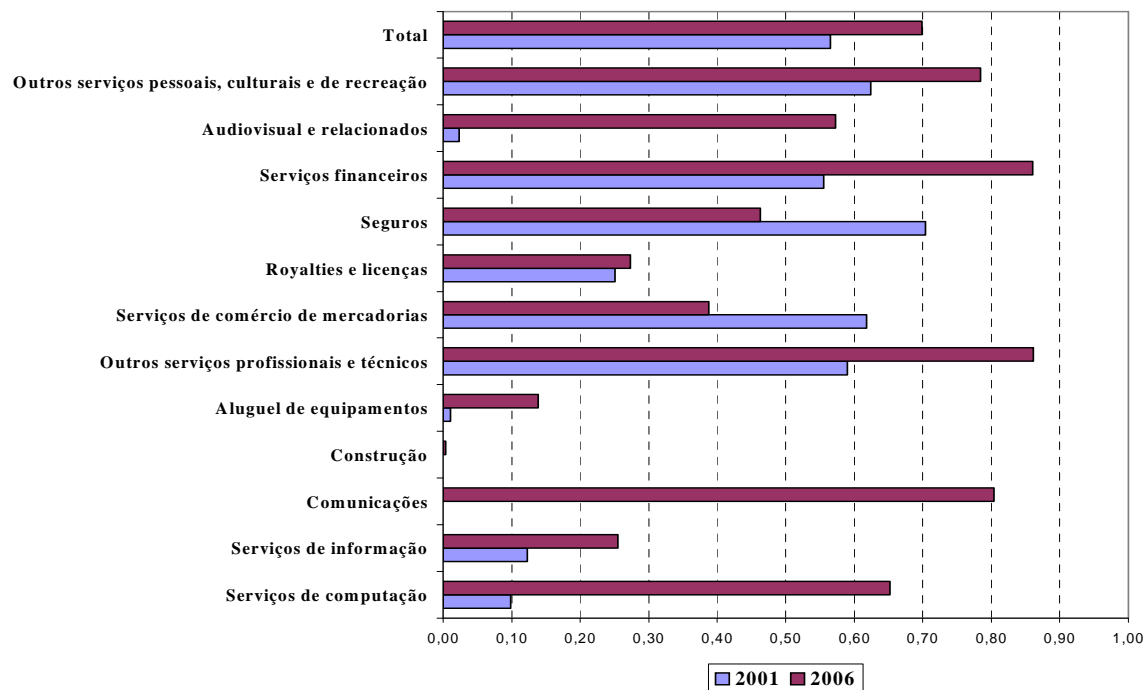
Fonte: calculo dos autores baseado em dados do Banco Central.

Anexo 3: Comércio intra-indústria por destino, “outros serviços”, 2001-06

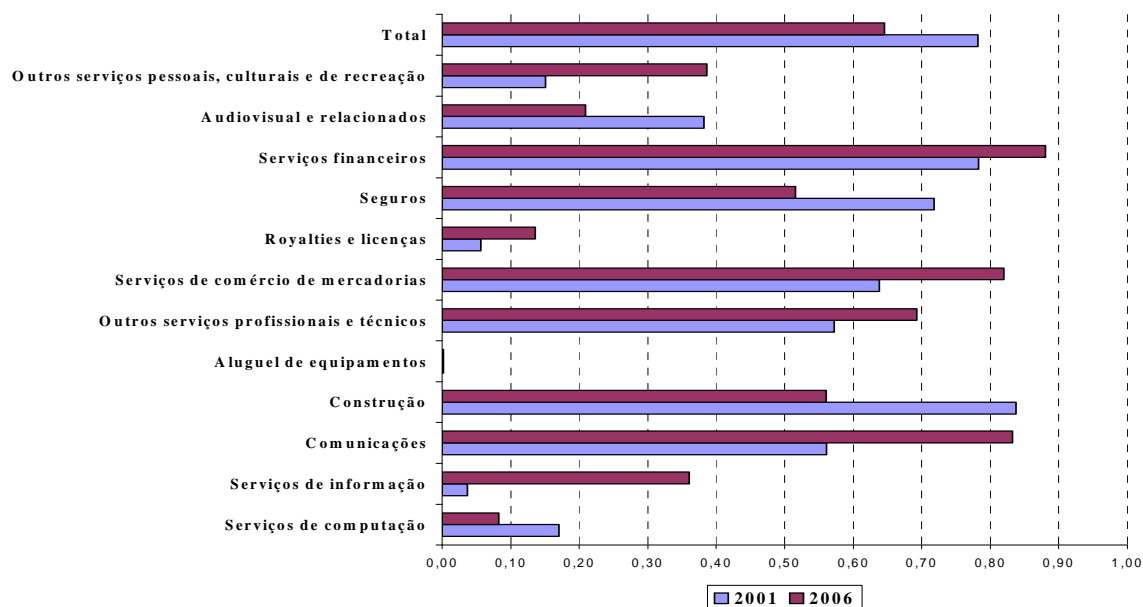
3.1. Estados Unidos



3.2. América do Sul



3.3. União Européia.



3.4. Ásia

