



Revista Brasileira de Comércio Exterior

Ano XXXVII

155

Abril, Maio
e Junho de
2023

A revista da FUNCEX

Internacionalização de EMPRESAS

Diversificação de EXPORTAÇÕES

Formação de TRADERS



FUNCEX



fundação
centro de estudos
do comércio
exterior

Ajudando o Brasil a expandir fronteiras

EDITORIAL**2 Opções para Transformar, Inserir e Internacionalizar***Antonio Carlos da Silveira Pinheiro***ENTREVISTA****4 Carlos Carreiras***Presidente da Câmara Municipal de Cascais***COMENTÁRIO INTERNACIONAL****6 Ainda bem que eles, os bancos centrais, existem***George Vidor***INOVAÇÃO****8 Huawei completa 25 anos no Brasil e mostra o poder da transformação digital para a sociedade***Atilio Rulli***PROMOÇÃO DE EXPORTAÇÕES****10 Sugestões para uma política de diversificação de exportações***Miguel Lins***16 Economia baseada em serviços e intangíveis. Por que o Brasil está ficando para trás?***Lisandro Vieira***23 Formação de *traders* para o século XXI no Brasil para expandir a presença das empresas comerciais exportadoras***Felipe Fortunato***TRADE FINANCE****30 Apertem os cintos... minha debênture sumiu!***Sergio Margutti***34 Proex – Novas Mudanças***Miriam Edelman Kovacs***DESAFIOS A ENFRENTAR****36 Indústria sucroenergética: prioridades e desafios na agenda governamental de 2023***Jacyr Costa Filho***40 Capacitar empresas e conquistar o mercado internacional***Gislaine Carrijo***42 Notas sobre a incidência e mudança tributária***Adalgiso Fragozo Faria***46 Gestão pública global e a importância das relações sólidas e constantes entre organizações internacionais: um estudo de caso do Mercosul e da União Europeia***Augusto Moutella Nepomuceno***49 O Brasil e o G-20***Paulo Protásio***PRÁTICAS DE COMEX****50 A arte da negociação com chineses***Henry Uliano Quaresma***54 *Turnaround* na Exportação: o caso Avibras***Jorge Sabione Neto***INTERNACIONALIZAÇÃO****60 Strategic Reinvention for International Markets***Ian Pallister e Tiago Grandi*

Economia baseada em serviços e intangíveis. Por que o Brasil está ficando para trás?



Lisandro Vieira

Lisandro Vieira

é fundador e CEO da WTM International, conselheiro administrativo da Associação de Comércio Exterior do Brasil (AEB) e diretor do GT de Internacionalização da Associação Catarinense de Tecnologia (Acate)

“Não vamos possuir nada e seremos felizes.” Essa foi a fala da parlamentar dinamarquesa Ida Auken em um vídeo do Fórum Econômico Mundial, prevendo que, no futuro, tudo será consumido “*as a service*” e não mais puramente na forma de produtos.

Possivelmente a parlamentar está atenta a dois movimentos que estão impactando frontalmente os hábitos de consumo, as cadeias produtivas e a economia dos países: a servitização e a intangibilização!

O movimento de transformação dos hábitos de consumo para serviços vem acontecendo de forma tão natural que as pessoas não percebem, mas já consumimos intensamente itens como carros, alimentação, filmes, música, transporte e vários outros na forma de serviços, seja pagando como assinatura periódica ou contratando eventualmente.

Enquanto a servitização impacta mais os hábitos de consumo e provoca uma reorganização das cadeias de fornecimento, a intangibilização promove a desmaterialização da indústria e das cadeias produtivas, uma vez que faz com que algo antes consumido como um bem tangível, passe a ser consumido como um *software*, aplicativo ou experiência.

Isso pode provocar a disrupção de toda uma indústria, de forma ainda mais relevante que a “convergência tecnológica”, que fez com que vários objetos que utilizávamos anteriormente evoluíssem em direção à união em um único dispositivo.

A intangibilização tem “desmaterializado” muitos itens do nosso cotidiano nas últimas décadas. Como exemplo, podemos imaginar uma mesa de trabalho de um escritório nos últimos vinte ou trinta anos. Havia telefone fixo, jornais, revistas, livros, calendário, fax, agenda telefônica, mapas, calculadora, bloco de anotações e uma série de outros itens que hoje podem ser encontrados facilmente em um celular, computador, TV ou até geladeira, fazendo com que o consumo e a produção de muitos desses itens fossem reduzidos drasticamente ou mesmo extintos.

E QUAL A CONEXÃO DESSAS TRANSFORMAÇÕES COM O COMÉRCIO EXTERIOR?

Diferentemente dos bens tangíveis, os serviços e, principalmente, os intangíveis não “respeitam” fronteiras, não passam por alfândegas e não dependem de aviões, caminhões, navios e contêineres para serem transportados e consumidos em outros países. E isso pode ser muito bom ou muito ruim, dependendo de como nos posicionamos frente a essa situação, se a vemos como um problema ou como uma oportunidade.



Entretanto, no Brasil nós, simplesmente, não enxergamos a situação, o que tem impedido que a transformemos em uma oportunidade, e permitido que, na prática, seja um problema que nos condene a sermos cada vez mais deficitários em nossa balança de exportação e importação de serviços.

O Brasil ainda está olhando para o mundo do século passado. Podemos dizer que, salvo raras exceções, aí estão incluídos todos, governo, universidades, entidades, empresas e profissionais, que continuam discutindo coisas que já deveriam estar resolvidas há muito tempo.

Por exemplo, ainda estamos discutindo o *drawback* para “serviços”, mas somente para serviços destinados à exportação de **bens tangíveis**. Isso não só já deveria estar funcionando há muito tempo, como também deveríamos estar ao menos discutindo um *drawback* para **exportação de serviços e intangíveis**.

Precisamos voltar nossa atenção para a servitização e a intangibilização e não permitir que as pautas exclusivamente focadas em bens tangíveis e seus serviços conexos sequestrem praticamente 100% dos debates, das políticas públicas, dos investimentos e, principalmente, das reformas estruturantes de que o país precisa, como a tributária, que pode vir a desestimular ainda mais os setores que produzem serviços e intangíveis, especialmente aqueles com capacidade de expansão internacional.

Para comparar a diferença entre o comércio exterior de bens e o de serviços, podemos considerar que existem mais de 10 mil despachantes aduaneiros para ajudar importadores e exportadores de bens, com suas operações, mas não existe essa figura nas operações de serviços e intangíveis, cujos desafios estão muito distantes da logística e das alfândegas. Outro exemplo é que em uma importação de bens, ao registrar a operação no Siscomex, os tributos são calculados e debitados da conta do importador, enquanto na importação de serviços e intangíveis, as Darfs dos tributos normalmente ainda são emitidas manualmente no Sicalc, no site da Receita Federal do Brasil.

Há muito que ser feito e desenvolvido no país para elevar o nível de maturidade do nosso comércio exterior de serviços.

EMPRESAS TRANSNACIONAIS

Como os serviços e intangíveis podem ser consumidos de forma transfronteiriça, ou simplesmente acessados ou consumidos em outros países, sem demandas logísticas ou alfandegárias, surgiram empresas que chamamos de transnacionais, que são aquelas cujos modelos de negócio podem ser expandidos para além de suas fronteiras nacionais e consumidos em diferentes países.

Como a tecnologia está quase sempre à frente dos reguladores, os governos do mundo todo ainda se debatem em busca da melhor forma de regular e tributar os serviços e intangíveis. Basta ver as discussões sobre regulação e tributação de serviços hoje corriqueiros, como Uber, AirBNB, Netflix, Spotify e outros. Entretanto, nosso maior desafio não é apenas regular ou tributar empresas e tecnologias inovadoras, o desafio é criar ambiente para que empresas inovadoras e disruptivas surjam no Brasil.

“

Nosso maior desafio não é apenas regular ou tributar empresas e tecnologias inovadoras, o desafio é criar ambiente para que empresas inovadoras e disruptivas surjam no Brasil

”

Infelizmente, ao que tudo indica, não estamos atentos aos movimentos de servitização e intangibilização da economia global e não estamos criando empresas transnacionais para lidarem com esses movimentos.

QUEM ENTENDEU OS MOVIMENTOS?

Quando olhamos para a balança comercial brasileira, percebemos que nos últimos anos tivemos superávit no comércio internacional de bens, tendo exportado mais de 300 bilhões de dólares em 2022. Já no comércio internacional de serviços, exportamos menos de 40 bilhões de dólares.

Entretanto, se olharmos para a balança dos Estados Unidos, veremos que em 2018 seu **superávit na conta de serviços foi de 300 bilhões** de dólares, já em 2022 suas exportações de serviços somaram 924 bilhões de dólares, montante quase 24 vezes maior que o brasileiro. O valor que o Brasil exporta hoje, sem atualizações monetárias, é o que os Estados Unidos exportavam em 1979. A sensação é que estamos há mais de 40 anos parados no tempo.

Analisando apenas uma região dos Estados Unidos, de muito destaque é verdade, veremos que foi nos arredores de San Francisco e no Vale do Silício que surgiram empresas como: Apple, Google, Tesla, WhatsApp, LinkedIn, Instagram, Facebook, Stripe, Slack, AirBNB, Uber, Pinterest, Dropbox, Paypal, Youtube, Twitter, Oracle, Netflix, Docusign, Salesforce, EA Sports, Yahoo, Adobe, entre muitas outras.

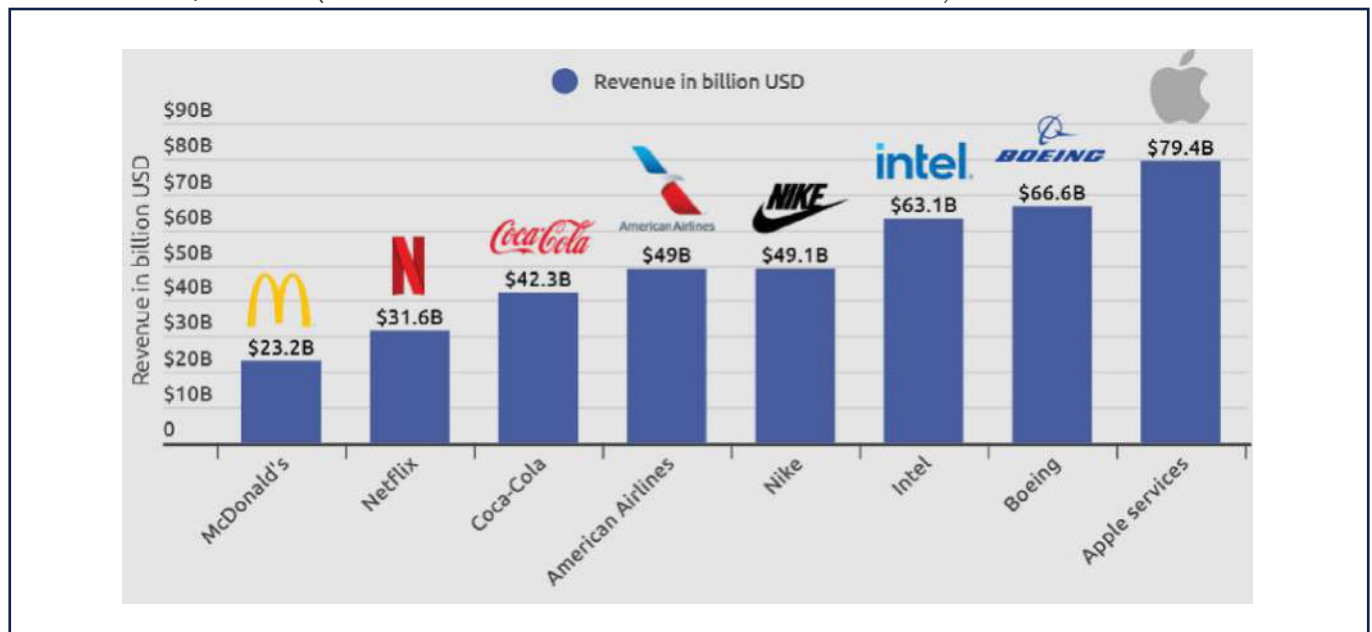
O porquê de todas essas empresas terem sido criadas lá é motivo para outro(s) artigo(s), mas vamos falar brevemente sobre isso mais adiante.

Indo um pouco mais a fundo e pegando o exemplo da empresa que talvez melhor tenha entendido esses movimentos, chegamos à Apple. E antes que alguém diga que a Apple vende mercadorias ou bens tangíveis, cujo carro-chefe é o iPhone, vamos falar aqui somente sobre as receitas de serviços e intangíveis da empresa.

É inegável que os dispositivos tangíveis desenvolvidos por essa companhia foram protagonistas na convergência tecnológica que, a partir do lançamento do primeiro iPhone, cresceu em escala exponencial.

GRÁFICO 1

RECEITA DE SERVIÇOS DA APPLE COMPARADA À RECEITA DE EMPRESAS SELECIONADAS NA FORTUNE 500, EM 2022 (VALORES ARREDONDADOS EM USD BILHÕES)



Fonte: Cardoso, Bruno. 2023. Serviços da Apple geram mais receita do que Nike e McDonald's... somadas. Mac Magazine. 09/02/2023. Disponível em: <https://macmagazine.com.br/post/2023/02/09/servicos-da-apple-geram-mais-receita-do-que-nike-e-mcdonalds-somadas/>.

Nota: * 2022 ou os últimos quatro trimestres relatados.

Informações: Este gráfico mostra a receita de serviços da Apple em comparação com a receita total de empresas selecionadas da Fortune 500 em 2022. Os serviços da Apple incluem Apple Cloud, Apple TV, Apple App Store, Apple Musice, Apple Arcde, Apple Fitness+.

Entretanto, mesmo que seja desprezada integralmente a venda de todos os dispositivos físicos, a receita da Apple com serviços e intangíveis é o dobro de tudo o que o Brasil exportou em 2022, segundo nossa balança de serviços.

A pergunta que fica é: por que não criamos empresas como a Apple no Brasil? Quando vamos começar? O que falta?

Se a Apple parece um exemplo muito distante, podemos utilizar um mais simples, que normalmente não envolve a aquisição de um bem tangível do mesmo fornecedor: a Zoom.

A Zoom, empresa que fornece serviços de videoconferência baseados em nuvem, chegou a atingir um valor de mercado superior ao das sete maiores companhias aéreas do mundo em 2020, movimento que naquele momento claramente foi impulsionado pela pandemia e pelos *lockdowns*, que afetaram os voos no mundo todo e forçaram as pessoas a recorrerem ao uso de tecnologia para trabalhar online e se manterem conectadas.

Claro que depois da pandemia houve correção na valoração das empresas, mas o ponto aqui é: por que não criamos empresas como a Zoom no Brasil?

Claramente temos pessoas e empresas capacitadas e acesso à tecnologia para produzir uma ferramenta que conecte as pessoas por meio de videochamada. Então, por que não acontece?

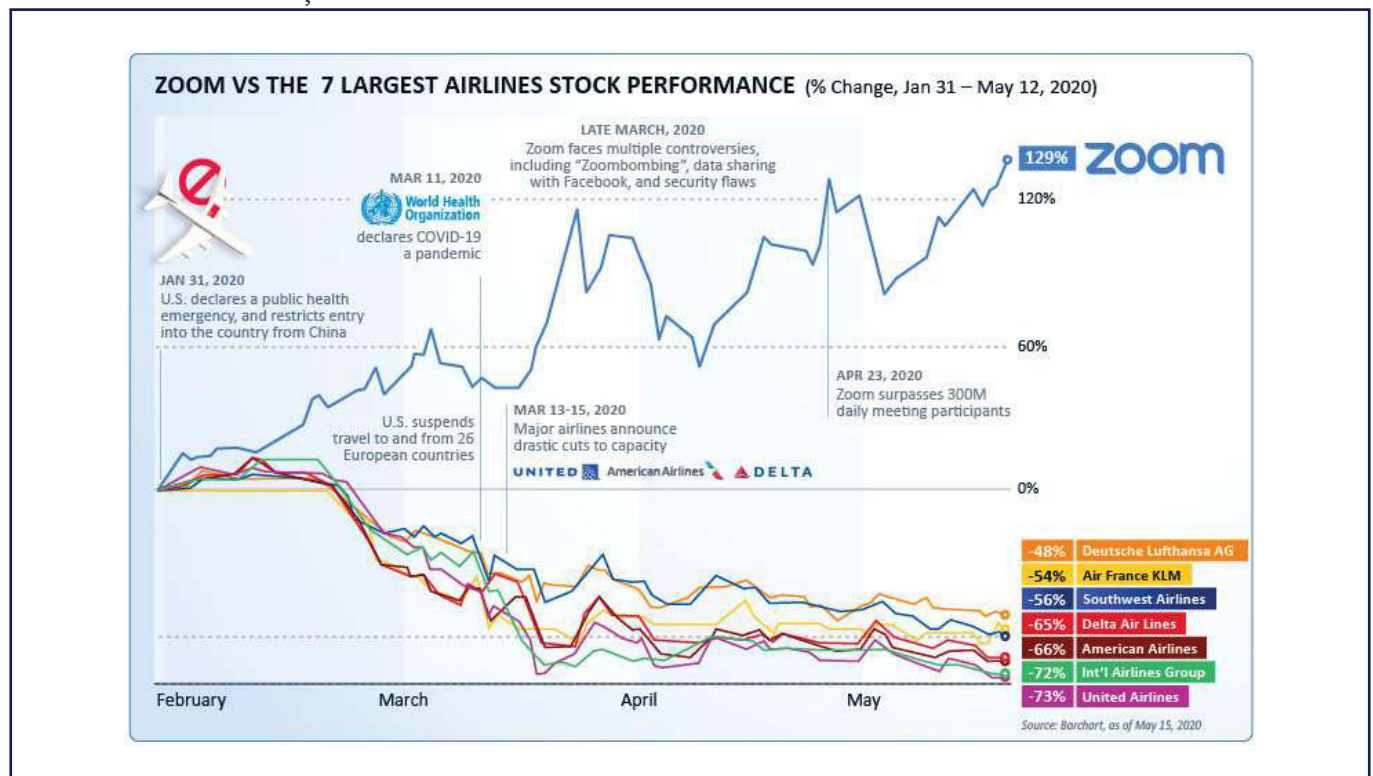
QUEM NÃO ENTENDEU OS MOVIMENTOS?

Infelizmente, na nossa avaliação, o Brasil ainda não percebeu ou diagnosticou corretamente esses movimentos. Ainda estamos discutindo questões “primitivas” como a reforma tributária e, pior, pelo conteúdo dos projetos em discussão, o cenário tende a ser ainda menos estimulante para o setor de serviços e intangíveis, tais como tecnologia, *games*, *softwares*, aplicativos, serviços digitais etc.

Da forma como o Brasil está organizado hoje, é muito **mais interessante para as gigantes de tecnologia que elas não se instalem no Brasil**, e não estamos falando sob os aspectos políticos ou judiciais recentes, basta para uma empresa estrangeira analisar o cenário tributário brasileiro, o risco e o custo que teriam para se estabelecer aqui e facilmente decidem manter-se fora ou estabelecer-se em mercados com maior segurança jurídica, clareza regulatória e simplicidade tributária.

GRÁFICO 2

DESEMPENHO DAS AÇÕES DO ZOOM VERSUS SETE MAIORES COMPANHIAS AÉREAS



Fonte: Ghosh, Iman (2020). *Zoom is Now Worth More Than the World's 7 Biggest Airlines*. *Visual Capitalist*. 15/5/2020. Disponível em: <https://www.visualcapitalist.com/zoom-boom-biggest-airlines/>

Por outro lado, nossos empreendedores dos setores de serviços e intangíveis que empreendem aqui no país, estão em uma grande encruzilhada:

- Se as *startups* brasileiras focarem apenas no mercado interno, o risco de se inviabilizarem a longo prazo é muito grande, pois a concorrência externa está vindo aqui disputar os clientes e a mão de obra brasileira. No entanto, isso não seria problema se houvesse neutralidade tributária e concorrência leal, mas essa não é a realidade. Enquanto empresas domiciliadas aqui pagam tributos e encargos sociais, as empresas de fora conseguem se aproveitar do “desconhecimento geral da nação”, onde nem as empresas que compram de fora e nem mesmo nossas autoridades tributárias possuem conhecimento e maturidade para garantir a conformidade tributária das transações, criando um ambiente de concorrência desleal.
- Agora, se as *startups* brasileiras focarem também no mercado externo e nossos empreendedores começarem a conhecer o cenário jurídico, regulatório, tributário, econômico e o acesso a fomento, investimentos e outras atratividades encontradas em algumas jurisdições, aí teremos um êxodo sem precedentes de nossas mentes mais brilhantes.

Se nosso país não acordar para essa nova realidade, vamos deixar de exportar e vamos apenas expatriar empregados e empregadores, ainda que eles não saiam do país definitivamente.

Depois da pandemia, muitas barreiras foram derrubadas, hoje é possível abrir empresas em outros países sem sair do Brasil, há jurisdições que oferecem muitas vantagens, dinheiro, isenções ou reduções tributárias e, para quem decidir sair definitivamente do país, oferecem cidadania, escola para os filhos, segurança e muitas outras coisas com as quais não podemos competir.

Não podemos esperar que nossos melhores recursos humanos empreendam ou permaneçam no país apenas pelo espírito patriótico, é preciso criar condições de segurança jurídica e ambiente de negócios favoráveis para que empresas de fora queiram se estabelecer no país e para que nossos empreendedores possam ganhar o mundo sem serem estimulados a abandonar o Brasil, como por exemplo em medida provisória recente, que decidiu tributar toda sorte de investimentos e participações em empresas no exterior, mesmo quando não houver realização de ganhos.

Há décadas falamos que a pauta de exportações de bens do Brasil é composta por muitos produtos de pouco va-

lor agregado e baixa industrialização. Hoje já é possível perceber esse fenômeno também nos serviços e intangíveis, uma vez que o mercado externo tem contratado nossa “mão de obra *in natura*”. Em vez de produzirmos aqui tecnologia de alto valor agregado, estamos perdendo nossos melhores cérebros para produzir tecnologia para empresas de fora, o que tende a nos condenar a eternos importadores de serviços e de tecnologia.

Mesmo com toda essa realidade batendo na nossa porta (e às vezes na nossa face), ainda hoje não existe espaço no debate público para o setor de serviços (puros, desassociados dos bens) e intangíveis.

Os ouvidos de nossos últimos governos, ou melhor dizendo, a atenção do estado brasileiro parece voltar-se apenas para as demandas dos setores com representantes fortes, como indústria, comércio e poucos setores de serviços, como engenharia e construção.

E sim, esses setores são essenciais para nossa economia, precisam ser ouvidos e merecem políticas públicas de estímulo.

O ponto é que, apesar de o setor de serviços representar mais de 70% da economia do país, há pouquíssimo espaço no debate público para tratar do comércio exterior de serviços e intangíveis, além de o setor ser bastante distribuído e pulverizado, há poucas entidades representativas com poder político de influência capaz de, por exemplo, fazer com que uma reforma tributária seja pensada primeiramente com um olhar para o exterior, em vez de pensar apenas nas transações entre domiciliados no país.

Em eventos de comércio exterior vemos painéis sobre defesa comercial para o setor de bens, discutimos com a Receita Federal quando ela descontinua um sistema como o Siscori (Sistema da RFB que fornecia dados utilizados para defesa comercial), mas é difícil ver um painel sobre defesa comercial no setor de serviços e intangíveis; o país não manifesta interesse nessa área, devido à total inexistência de dados sobre o setor, o que piorou com o desligamento do Siscoserv, em 2020.

Nosso país, quando discute temas tão relevantes, como uma reforma tributária, por exemplo, parece desconsiderar que existem muito mais negócios, oportunidades e divisas lá fora do que aqui dentro. Vamos nos debatendo internamente, com brigas políticas, interesses diversos entre União, estados e municípios e, como consequência, ficamos cada vez mais fechados para o mundo lá fora. Depois que as leis são feitas aqui dentro, as empresas que possuem operações com o exterior se debatem para se adaptarem e continuarem vivas no comércio internacional.

O Brasil parece não pensar e não enxergar além das suas fronteiras!

O QUE PODEMOS FAZER? QUAL O PAPEL DE CADA UM?

Governo: a melhoria do ambiente de negócios e a simplificação da tributação, principalmente em relação à renda e ao consumo, são medidas essenciais para o país. A complexidade tributária é um dos principais obstáculos para os exportadores de serviços e intangíveis. Isso se deve, em grande parte, à limitada quantidade de acordos de bitributação firmados pelo Brasil com outros países, bem como à abordagem arrecadatória adotada nos poucos acordos existentes, especialmente quando importamos as tecnologias necessárias ao nosso desenvolvimento.

Essa situação resulta na retenção de parte da renda de prestadores de serviços estrangeiros pelo Brasil quando pagamos para o exterior. No entanto, essa prática tem consequências negativas quando empresas brasileiras geram renda a partir de serviços prestados em outros países, enfrentando retenções significativas nos rendimentos que poderiam ser trazidos para o Brasil e tributados somente aqui.

Os diversos governos do Brasil parecem nunca ter considerado a hipótese de que nossas exportações de serviços e intangíveis poderiam ser superiores às importações, caso contrário não permitiriam que nossas autoridades tributárias se esforçassem tanto para construir acordos e protocolos que privilegiam a retenção de renda na fonte nos acordos para evitar a dupla tributação.

E, se continuarmos com essa mentalidade, o Brasil se condenará a ter um déficit eterno no comércio exterior de serviços e intangíveis, perdendo a oportunidade de criar empresas de alta tecnologia aqui, que trariam suas rendas para serem tributadas integralmente em solo brasileiro.

Universidades: as universidades têm um papel crucial na formação de profissionais especializados e preparados para atender às demandas do setor de comércio internacional de serviços e tecnologia. Para isso, as instituições deveriam incluir o tema em suas grades curriculares e adaptar os programas de estudo.

As faculdades de comércio exterior, por exemplo, precisam dar mais ênfase às transações internacionais de serviços e intangíveis. Por outro lado, cursos como administração, economia e, principalmente, contabilidade, devem abordar temas relevantes, como tributação em bases universais, acordos para evitar a bitributação e tributos sobre o consumo em outros países.

Ao incorporar esses assuntos e outros temas relacionados ao comércio internacional de serviços e bens intangíveis em seus currículos, as universidades contribuirão para a formação de uma mão de obra qualificada e pronta para enfrentar os desafios do setor.

Entidades setoriais: as entidades setoriais devem compreender a relevância de expandir a oferta de serviços para mercados internacionais, considerando aspectos comerciais, financeiros, estratégicos e até mesmo a preservação do nosso ecossistema empresarial. Embora não estejamos buscando ativamente o mercado externo, as empresas estrangeiras estão comercializando em nosso território e competindo conosco não apenas pelos clientes, mas também pela escassa mão de obra altamente qualificada disponível.

A pandemia eliminou barreiras e pavimentou o caminho para que empresas transnacionais se integrem com mais facilidade a outros ecossistemas, causando impactos nos mercados além de suas próprias fronteiras.

Torna-se crucial que as organizações representativas do setor de serviços e tecnologia da informação unam forças e exerçam sua influência sobre os governos, em um esforço conjunto comparável ao que a indústria, o agronegócio e o comércio demandam em termos de políticas públicas voltadas para o comércio exterior.

Já as entidades representativas do agronegócio, comércio e indústria, deveriam permitir mais espaço e até mesmo se somar aos esforços do setor de serviços e tecnologia para incentivar o desenvolvimento de nossos ecossistemas de inovação e para que esses segmentos possam ter farta cadeia de fornecedores no país e não dependam tanto de tecnologia importada.

“

Se as *startups* brasileiras focarem também no mercado externo e nossos empreendedores começarem a conhecer o cenário jurídico, regulatório, tributário, econômico e o acesso a fomento, investimentos e outras atratividades encontradas em algumas jurisdições, aí teremos um êxodo sem precedentes de nossas mentes mais brilhantes

”

Empresas: as empresas que atuam no segmento de serviços e tecnologia deveriam ampliar seus horizontes, mirando oportunidades além do mercado interno brasileiro, que, apesar de ser um mercado significativo, não oferece tantas possibilidades quanto o mercado global.

E mesmo as empresas que não possuem clientes ou fornecedores no exterior podem ser afetadas por competidores externos em busca de clientes ou colaboradores no Brasil, ter uma parte de seus negócios em outros países e moedas, e ser parte de uma estratégia de sobrevivência.

Profissionais: o profissional brasileiro deveria ver-se como um cidadão do mundo, e não apenas como alguém negociando com pessoas de outros países. É fundamental agir e pensar de maneira mais integrada ao contexto global, a fim de aproveitar ao máximo as oportunidades que o mercado internacional oferece. Precisamos vencer o *mindset* local e abrir nossa visão para um *mindset* global.

AS LIMITAÇÕES GEOGRÁFICAS NÃO PODEM SER MUDADAS, MAS A CULTURA PODE!

Temos limitações geográficas que fisicamente não possuem solução, não temos como imitar os europeus, que podem pegar um trem e passar por vários países em um mesmo dia, mas temos como superar isso com educação, cultura, tecnologia e mudança de *mindset* dos brasileiros, para que se vejam como cidadãos do mundo que estão no Brasil, mas que não estão presos aqui nem proibidos de fazer negócios com o exterior.

Segundo dados de operadoras de turismo, menos de 3 milhões de brasileiros viajaram para o exterior em 2022, isso é menos de 1,5% da população. Já na Itália, por exemplo, cerca de 4 milhões de pessoas viajam ao exterior todos os meses, ou seja, mais de 6% do país tem alguma experiência internacional todos os meses. Isso certamente tem um impacto cultural e econômico muito grande, além de criar nos cidadãos o hábito de se comunicar e desenvolver negócios com pessoas e empresas de outros países.¹

Podemos estimular pessoas de outros países a virem mais para o Brasil, não somente para fins turísticos, podemos incentivar nossas empresas a trazerem mão de obra especializada de fora, temos muito a aprender e a ganhar com a troca de experiências e culturas, com as conexões que profissionais de fora fariam entre o Brasil

e seus países de origem. Além disso, ter estrangeiros em nossas empresas pode desenvolver o hábito em nossos colaboradores de conhecer, entender e respeitar melhor outras culturas e idiomas.

Podemos criar programas que incentivem cidadãos brasileiros a fazerem intercâmbios de estudo e trabalho, brasileiros lá fora geram conexões e oportunidades para o Brasil, cidadãos estrangeiros aqui trazem impacto econômico, cultural e social.

Talvez medidas como deixar de exigir visto para alguns países estratégicos, incentivar massivamente nosso povo a falar inglês, facilitar e incentivar a saída do país para buscar experiência fora.

Por fim, vejamos a experiência do Vale do Silício, onde foram criados mais da metade dos aplicativos e serviços que consumimos com frequência em nossos telefones atualmente. A região tem cerca de 50% de pessoas de fora, já nas empresas de tecnologia esse número chega a cerca de 70%. Com certeza essa genuína diversidade de culturas, hábitos, idiomas, crenças e outras características de cada um dos cidadãos do mundo que ali se encontram é determinante para que aquele pequeno lugar do mundo construa empresas verdadeiramente globais e que escalam em velocidade exponencial, e o que sai de lá já foi validado por pessoas do mundo inteiro.

Outro exemplo é Dubai e os demais Emirados Árabes, que souberam investir muito bem os recursos oriundos do petróleo e criaram um ecossistema que reúne pessoas do mundo todo e hoje são referência em inovação e tecnologia. O fato de terem um sistema tributário simples e uma estratégia diferente de atrair oportunidades, permitindo que empresas e empreendedores se desenvolvam, gerem renda e emprego, faz com que a economia gire, que pessoas de alta renda sejam atraídas para lá, e o estado encontrou formas inteligentes de arrecadar dinheiro, sem coibir o desenvolvimento dos negócios.

Enfim, muitos poderiam ser os exemplos e as soluções para incentivar a criação de empresas globais de serviços e intangíveis em nosso país, como Canadá, Israel, Estônia e vários outros, mas o primeiro passo é identificar e reconhecer o problema, despertar a consciência de todos os envolvidos e, ao menos, começar o debate público para que sejamos protagonistas e não figurantes das próximas revoluções e disrupções tecnológicas que o mundo certamente seguirá experimentando.

¹ Fontes: <https://www.sbtnews.com.br/noticia/sbt-brasil/245192-turismo-atinge-recorde-de-84-milhoes-de-embarques-em-2022> e <https://www.statista.com/statistics/718402/number-of-italian-tourists-traveling-abroad-by-month-italy/>