

O RIO em ação

Empreendedorismo, Inovação, Energia, Turismo, Cultura, Produção Audiovisual, e Finanças

Armando Castelar, Marcel Balassiano; J. Augusto C. Fernandes; Ana Cristina Bloquiau; François Bloquiau

A importância do RIO

O município do RIO de Janeiro é importante na economia nacional:

- Em 2017, sete municípios responderam por quase 25% do PIB do Brasil, sendo São Paulo (10,6%), **RIO de Janeiro (5,1%)**, Brasília (3,7%) e Belo Horizonte (1,4%) os quatro principais;
- Em valores, o PIB do município do RIO de Janeiro foi de R\$ 337,6 bilhões em 2017, o correspondente a **50,3% do PIB do Estado do RIO de Janeiro**. São raras as situações em que as capitais respondem por mais de 50% dos PIBs estaduais;
- O RIO de Janeiro é um município de renda média alta, com um PIB *per capita*, em 2017, de R\$ 51.776 reais. É **um valor 63% mais alto que a média nacional** e, em dólares (US\$ 16.222), equivalente ao PIB *per capita* da Lituânia e 8% maior que o do Chile.

Mas há fortes evidências de que está perdendo espaço na economia do país:

- O Rio, à semelhança de São Paulo, perdeu participação no PIB nacional entre os municípios brasileiros. Mas os elementos mais eloquentes sobre a sua deterioração são as percepções sobre a perda de qualidade de vida da cidade como espaço de moradia, os recorrentes problemas de segurança, a deterioração dos serviços públicos e a incapacidade de a cidade prover mobilidade e um mercado de trabalho dinâmico;
- Um mercado de trabalho dinâmico não é tudo, mas define as possibilidades de uma cidade. Um mercado de trabalho dinâmico atrai talentos, gera oportunidades e cria as forças de tração para a melhoria da qualidade de vida e as atividades culturais e de entretenimento.

Impedir a deterioração e romper com o desalento é possível, e o RIO tem todas as condições para superar os atuais problemas. Um dos caminhos é uma agenda que potencialize novas fontes de crescimento e diversificação da sua economia.

O RIO tem especificidades que são fontes de oportunidades

O RIO tem uma população mais velha que a média nacional, com uma significativa proporção de pessoas com idades de 25 anos ou mais. No período 2010-19, o número de habitantes aumentou 0,7% ao ano (a.a.), contra uma média nacional de 1,1% a.a.

Isso significa que as oportunidades econômicas (maior proporção de habitantes em idade ativa) e demandas colocadas para o poder público (saúde x educação básica, por exemplo) diferem das para o país como um todo.

O RIO tem uma população com nível educacional relativamente alto. As seguintes evidências revelam esse ativo do RIO:

- **A proporção de pessoas com pelo menos o Ensino Médio completo (67,3%) supera, por larga margem, a média nacional** e o observado no Município de São Paulo;
- **78,2% dos trabalhadores ocupados têm ensino médio completo** ou mais, contra 50,2% no Brasil como um todo e 74,4% no município de São Paulo;
- **Um terço dos trabalhadores cariocas têm nível superior completo**, contra apenas um quinto na média nacional. Isso significa que o município pode abrigar atividades econômicas que exijam mão-de-obra mais qualificada.

O desafio: transformar os ativos em oportunidades

A força de trabalho mais qualificada aponta para dois caminhos: a capacidade de o município abrigar atividades econômicas que exijam mão-de-obra mais qualificada e de elevar o rendimento médio do trabalho.

Reduzindo as distâncias de rendimentos. Em que pese a força de trabalho no RIO ser, na média, mais instruída que a paulistana, o rendimento do trabalho é mais alto em São Paulo (R\$ 3.914/mês) do que no RIO (R\$ 3.740/mês), e o rendimento paulista aumentou mais (3,9% a.a.) do que o carioca (2,1%) na média do período 2011-17. Essa diferença varia por nível de instrução, mas é em geral favorável a São Paulo. É particularmente notável a diferença de rendimento para pessoas com nível superior completo: 17,5%.

Uma forma de fechar esse hiato seria eliminar a diferença de rendimentos no grupo de trabalhadores com nível superior completo: se esses ganhassem no RIO o mesmo que em São Paulo, tudo o mais constante, o trabalhador carioca teria, na média, um rendimento 5,3% mais alto do que o paulistano.

A composição setorial do PIB do RIO pode ser uma explicação. Estudos mostram que trabalhadores com as mesmas características de educação, experiência, gênero etc. recebem rendimentos mais altos em certos setores do que em outros. Pinheiro e Ramos (1995), por exemplo, mostram que serviços financeiros, seguros, utilidades públicas, transporte aéreo, comunicações, serviços a empresas e extração de petróleo são exemplos de setores que pagam esses prêmios salariais.

O PIB carioca é bastante concentrado no setor de serviços, mas o que chama a atenção, em comparação a São Paulo, é que a estrutura produtiva do RIO tem um peso bem menor para o setor de serviços tipicamente privados: 82,3% do Valor Adicionado Bruto em São Paulo, contra 68,9% no RIO. É exatamente nesse segmento da estrutura produtiva que estão alguns dos setores com maiores prêmios salariais.

Em direção a uma estratégia para o RIO

Uma possível estratégia de desenvolvimento econômico para o RIO seria focar na criação de um ambiente favorável ao desenvolvimento e atração de empresas e atividades pagantes de prêmios salariais.

As opções para o RIO nascem de suas vantagens comparativas e dos ativos que lhe permitem explorar novas fronteiras. O ativo mais importante da cidade é a base educacional da sua população, a infraestrutura educacional, cultural e científica. São esses ativos que permitirão a cidade capturar oportunidades, moldá-las e transformá-las em direções impossíveis de serem totalmente mapeadas.

Oportunidades setoriais

Empreendedorismo

O RIO precisa perseguir um ambiente de negócios de qualidade que favoreça a atividade empreendedora e que o insira no mundo das grandes cidades globais de atração de investimentos. Um ambiente de negócios de qualidade favorece o processo contínuo de transformação da cidade, de captura de oportunidades e de geração de novos postos de trabalho.

O relatório *Doing Business* do Banco Mundial revela alguns sinais de que o RIO pode fazer melhor:

- Há um distanciamento muito grande entre o RIO de Janeiro e São Paulo, já que os cariocas demoram 21,5 dias para abrir uma empresa, contra 13,5 dias dos paulistanos;
- Os custos são maiores para se abrir uma empresa no RIO do que em São Paulo (5,1% X 3,6%, em porcentagem da renda *per capita* da economia). Ambas as cidades precisam de diversos procedimentos (11 em SP e 10 no RIO) para se abrir uma empresa, além de nelas as empresas consumirem 1501 horas por ano para conseguir pagar seus tributos.

No ambiente de negócios, a segurança e a percepção sobre a qualidade da gestão municipal são chaves. O RIO precisa retornar ao mapa das cidades atraentes para empreender, estudar e morar.

Inovação

O RIO de Janeiro tem todas as condições para ser um polo de *startups* e de soluções tecnológicas. A cidade permanece como um centro de grandes universidades e centros de pesquisas. Há duas universidades federais na cidade (UFRJ e UNIRIO), além de outras duas perto da capital (UFF, em Niterói, e a UFRRJ, em Seropédica); uma estadual, UERJ; além do IME, IMPA, Fundação Oswaldo Cruz e instituições privadas, como a FGV, PUC-RIO e o IBMEC, por exemplo.

A cidade deve tratar esses ativos como parte essencial da estratégia de reposicionamento do RIO. O município deve fazer pontes entre a academia e as novas empresas, principalmente da área de tecnologia, e apoiar o desenvolvimento de um polo de *startups* e tecnologia na cidade.

Energia

O setor de energia é muito importante para o RIO de Janeiro. Seu impacto sobre a economia carioca se faz sentir tanto pelos *royalties* de petróleo, quanto por meio da grande quantidade de empresas e empregos na cidade.

Em termos de receitas com *royalties* e participação especial¹, o município do RIO de Janeiro arrecadou, em 2018, R\$ 322 milhões, o equivalente a 1,5% da Receita Líquida do Município nesse ano. Dentre as empresas, os destaques são a Petrobras e a Eletrobrás. Além delas, que têm no RIO suas sedes, há na cidade várias outras empresas privadas dos setores de petróleo e eletricidade e instituições como a Empresa de Pesquisa Energética – EPE, ligada ao Ministério de Minas e Energia (MME), o Operador Nacional do Sistema (ONS), a Agência Nacional de Petróleo e várias universidades e centros de pesquisa do setor de energia.

As oportunidades. Com a volta dos leilões de concessão observa-se uma retomada do setor de petróleo e gás. Isso vai elevar as receitas com *royalties*, mas também atrair novas empresas para a cidade. A possível privatização da Eletrobrás pode dar um novo dinamismo ao setor elétrico, especialmente quando se considera a necessidade de expandir a oferta de eletricidade no país. A transformação do setor de gás também pode gerar oportunidades para o RIO.

O RIO pode se consolidar como a capital da energia no país, extraindo benefícios de economias de aglomeração. Essa posição também permitirá alavancar atividades em setores ligados a esses, das finanças, educação, consultorias aos serviços para as empresas. E há externalidades positivas, como com o setor de turismo. O turístico RIO de Janeiro, com tantas empresas de petróleo, eletricidade e gás nele sediadas, ou pelo menos com escritórios na cidade, poderia se beneficiar da realização de maior número de congressos do setor de energia, petróleo e gás, entre outros, no município, fortalecendo o “turismo de negócios” do RIO.

Turismo

O RIO de Janeiro tem forte vocação turística. O RIO não atrai o turista apenas pelas suas belezas naturais; a cultura é um dos fatores que ajudam a tornar o RIO uma das portas de entrada do Brasil.

Oportunidades perdidas. A cidade não explora todo o potencial de seus ativos. O RIO pode ter mais retorno dos eventos turísticos já consagrados (*Réveillon* e Carnaval) e gerar novas oportunidades com o desenvolvimento da sua riqueza cultural e natural.

A cidade é tímida na realização de eventos diretamente culturais, em que pese ter tido sucesso em sediar eventos internacionais como os Jogos Olímpicos e Paraolímpicos (2016), a Copa do Mundo (2014), os Jogos Pan-Americanos (2007) e, a cada dois anos, desde 2011, um grande festival de música como o *Rock in RIO*.

O carnaval, o principal evento turístico da cidade, pode ter uma agenda mais abrangente de eventos durante o ano inteiro (fortalecer e aprimorar uma agenda na Cidade do Samba, por exemplo), com um grande destaque logo após o réveillon, “emendando” os dois principais eventos com uma agenda de “transição” entre a festa do ano novo e o carnaval em fevereiro ou março, para atrair mais turistas durante esse período, e mesmo para os cariocas que moram no RIO.

O RIO precisa ter uma agenda mais intensa de eventos turísticos, preenchendo todos os meses do ano, para movimentar mais a economia, ocupar a rede hoteleira, os aeroportos e a sua infraestrutura turística, e gerar empregos adicionais com menor sazonalidade.

Em especial, faz sentido buscar inserir o RIO de Janeiro, de maneira mais intensa, na agenda de grandes eventos internacionais.

Cultura

O desenvolvimento da riqueza cultural do RIO é uma fonte potencial de empregos, negócios e desenvolvimento da cidadania.

O RIO pode fazer mais e melhor. A indústria cultural no RIO padece de:

- Equipamentos culturais sem recursos e muitos correndo o risco de ter a atividade encerrada por falta de pagamento de seus funcionários;
- Equipamentos com avarias na infraestrutura;
- Má gestão dos recursos;
- Falta de indicadores para monitoramento e avaliação de políticas.

O primeiro desafio é aproveitar melhor o capital cultural já instalado. É preciso incentivar e divulgar mais as instituições culturais que já existem na cidade, montando um calendário de eventos, combinando cultura com turismo.

O segundo desafio é de gestão. A cultura depende de organização, estratégia, recursos e gestão para se desenvolver. A cultura não só gera renda e emprego, ela funciona “como um instrumento de cidadania que gera externalidades positivas, sobretudo para a população economicamente desfavorecida”.

O terceiro desafio é compreender a cultura como um ativo econômico e social relevante. A falta de visão de que ela pode ser uma fonte geradora de recursos, “é recorrente entre muitos gestores públicos, o que explica os frequentes cortes e a falta de investimento no setor”, que é visto como um custo e não como uma oportunidade de investimento (Bloquiau, 2019).

Produção Audiovisual

A consolidação e desenvolvimento da produção audiovisual apresenta muitas oportunidades para a cidade do Rio de Janeiro. O Rio tem tradição, recursos humanos, empresas e instituições de ensino e capacitação em um segmento em que as novas tecnologias digitais abrem novas fronteiras de desenvolvimento, a exemplo do *streaming* e do ensino à distância. A economia pós COVID reforça o uso dessas produções.

O Rio tem um ecossistema singular. É sede da principal emissora de canal aberto e de assinatura, tem forte tradição de produção de filmes, vídeos e uma ampla rede de produtores independentes voltados para as mais diversas áreas da produção audiovisual: conteúdo educativo e de treinamento, mídias sociais, publicidade, demandas de empresas e produção para as TVs abertas e fechadas. A sede da ANCINE, órgão nacional de apoio e regulação, localiza-se no Rio de Janeiro e tem como principais competências a regulação, fiscalização e fomento ao setor.

O município tem iniciativas de suporte através do Polo de Cine e Vídeo da Barra da Tijuca, administrado por uma associação particular, e a empresa Riofilme, ligada à Secretaria de Cultura, voltada para a distribuição, expansão de mercados e fomento à produção.

Finanças

Nas últimas décadas o setor financeiro perdeu significância na economia do Estado do RIO de Janeiro e na capital do Estado. A participação do Estado no PIB do setor caiu de 28,3% em 1950 para 19,6% em 1980, 10,9% em 2000 e 9,5% em 2009.

O RIO pode reverter parte dessa perda ao focar em nichos desse mercado. Um exemplo a ser seguido, segundo Pinheiro (2012, p. 194) é o da cidade de Boston, que, “sem chegar a rivalizar com Nova York enquanto centro financeiro dos EUA, concentra uma elevada parcela do mercado nas áreas de gestão de patrimônio e seguros. Nesse modelo, o RIO de Janeiro funcionaria como centro nacional – e, futuramente, até latino-americano – em certos setores, mas com forte interação com São Paulo, onde permaneceriam as matrizes dos grandes bancos comerciais (junto com Brasília) e de investimentos”.

Um nicho, com presença importante na cidade do RIO de Janeiro e com grande potencial, é o segmento de gestão de ativos, de patrimônio e de private equity. A expansão desse nicho deve ser impulsionada por um ambiente de taxa de juros mais baixas e pela presença dos principais fundos de pensão no RIO de Janeiro (Pinheiro 2012, p. 194).

Os novos modelos de negócios digitais financeiros são uma outra fonte de oportunidade, a exemplo das *fintechs*. A presença de universidades e de uma cultura financeira na cidade criam o potencial para o desenvolvimento desta atividade.

No setor financeiro, também é importante frisar a presença expressiva do segmento de seguros no RIO. As seguradoras são empresas de médio / grande porte, com grande quantidade de funcionários, o que a diferencia das gestoras de recursos, que, em geral, tem poucos profissionais.

O potencial do RIO atrair esse segmento ainda é reforçado pela geografia da cidade em que espaços para a localização dessas empresas, a exemplo do Porto Maravilha, estão próximos de dois aeroportos (Pinheiro, 2012, p. 196) que facilitam conexão com São Paulo, o exterior e outras regiões do país. Essa capacidade de atração será ainda mais potencializada com uma gestão de cidade voltada para a qualidade de vida e segurança, atributos essenciais para a retenção de talentos.

Recomendações e propostas:

1. EMPREENDEDORISMO

Transformar o RIO em uma cidade com um ambiente de negócios de qualidade que favoreça a atividade empreendedora e a criação de empregos de alto rendimento e que a insira dentre as grandes cidades globais de atração de investimentos. Algumas iniciativas:

- Criar uma unidade na Prefeitura focada no desenvolvimento de competências, atração de empresas e melhoria do ambiente de negócios;
- Incentivar/estimular os ecossistemas favoráveis de setores mal aproveitados e nos quais o RIO tem potencial para competir com outras cidades brasileiras;
- Recolocar o RIO na rota dos investidores institucionais via eventos que conectem investidores (fundos de investimentos internacionais e nacionais, bancos, investidores individuais) e empresas de capital aberto em busca de novos *rounds* de aportes.

2. INOVAÇÃO

Consolidar e ampliar o papel do RIO como um polo de *startups* e de soluções tecnológicas

- Desenvolver uma ATITUDE RIO de apoio à superação de obstáculo de desenvolvimento de competências para o desenvolvimento de novas empresas e atividades na cidade;
- Criar uma equipe/ um *ombudsman* que desenvolva um “canal aberto” e “*one stop place*” para quem tem interesse em investir no RIO e precisa de suporte da prefeitura;
- Aumentar a agilidade administrativa e facilitar a obtenção de alvará municipal;
- Desenvolver incentivos (Imposto municipal reduzido -ISS, IPTU) para empresas de tecnologia até um certo nível de faturamento;
- Criar uma agência de incubação (*benchmark*: “Station F” ou “Paris&Co”, no caso da prefeitura de Paris). Disponibilizar espaços de trabalho para criação de empresa, ajuda e orientação a novos empreendedores;
- Mobilizar atores e instituições públicas e privadas para consolidar um polo carioca de empreendedorismo; liderar iniciativas de articulação com universidades, serviços públicos e grandes grupos/empresas com o objetivo de desenvolver o setor;
- Atrair centros de P&D para a cidade do RIO de Janeiro.

3. ENERGIA

Consolidar o RIO como a capital da Energia e da Transição Energética no país. Estimular a superação de obstáculos e o desenvolvimento de competências para o RIO fortalecer esse posicionamento:

- Consolidar e ampliar a presença de grandes empresas do setor, e das instituições de regulação e suporte;
- Criar um ambiente favorável para o desenvolvimento de *startups* de energia, empresas de consultoria, centros de P&D, serviços financeiros, advocacia especializada e educação superior;
- Ampliar o papel do RIO em congressos do setor de energia, petróleo e gás, entre outros, fortalecendo o “turismo de negócios”.

4. TURISMO

Inserir o RIO na agenda de grandes eventos internacionais e consolidar a oferta de produtos turísticos e culturais para atrair e reter turistas. Algumas iniciativas:

- Candidatar a cidade para sediar eventos internacionais/ convenções profissionais nacionais ou internacionais;
- Desenvolver uma campanha de promoção da cidade voltada para as vantagens competitivas do RIO: rede hoteleira, experiência prévia em grandes eventos, atrações culturais e naturais;
- Promover, via um comitê de ação *ad hoc*, ações voltadas para a atratividade da cidade com a participação dos principais atores do negócio de turismo: redes hoteleiras, empresas de transporte, agências de promoções turísticas, instituições culturais;
- Desenvolver política de atração de voos internacionais para a cidade. Em 2019, o Aeroporto do Galeão respondeu por apenas 18% dos desembarques internacionais no país, contra 61% no caso do Aeroporto de Guarulhos;
- Articular ações voltadas para a segurança pública, com os Governos Estadual e Federal.

5. CULTURA

Consolidar o RIO como centro de uma indústria cultural ativa e econômica e socialmente relevante via qualidade da gestão e melhor aproveitamento do capital cultural já instalado. As principais recomendações:

- Definir um calendário de eventos durante para o ano inteiro;
- Desenvolver um plano de ação voltado para a captura de congressos internacionais;
- Maior abertura para eventos de intercâmbio cultural, tais como festivais;
- Desenvolver um plano voltado para a infraestrutura dos equipamentos culturais com priorização, reparos e/ou restaurações;
- Capacitar gestores dos equipamentos culturais;

- Capacitar gestores e profissionais de cultura para busca de novas formas de financiamento para realização de suas atividades;
- Capacitar a mão-de-obra para as profissões das artes (ensino técnico);
- Desenvolver espaços de criação e de difusão artística em regiões periféricas;
- Desenvolver campanhas de inclusão na fruição de bens culturais de modo a torná-los mais democráticos;
- Estabelecer uma política de desenvolvimento de público para as atividades culturais;
- Elaborar uma base de dados quantitativos da indústria cultural para permitir o monitoramento e avaliação.

6. PRODUÇÃO AUDIOVISUAL

- **Garantir a qualidade da governança e gestão das instituições de suporte.** As instituições de suporte e políticas devem ser marcadas pela gestão profissional e avaliação permanente de resultados. É importante o desenvolvimento de uma cultura de gestão com objetivos claros, monitoramento e avaliação.
- **Desenvolver políticas com base no entendimento do modelo de negócios.** A produção audiovisual se desenvolve em modelos de negócios, em geral, distintos das indústrias convencionais. A diferença é notável na organização da produção. Grupos e equipes se constroem e se desfazem em função do tipo de projeto. Muitos produtos são *task-oriented*. Flexibilidade e agilidade são essenciais para a viabilização das atividades. É uma indústria crescentemente integrada ao mundo, podendo ter partes das suas atividades desenvolvidas em outras regiões e países. O desenho de políticas de melhoria do ambiente de negócios, de fomento e de regulação devem ter estes fatos como referência.
- **Adotar modelos de apoio a *start ups*.** Muitos dos negócios desse setor se enquadram no modelo de negócios de *start ups*, se aplicando os mesmos tipos de instrumentos de apoio. A área de desenvolvimento do Porto do Rio pode ser um espaço importante para o desenvolvimento de nichos de empresas desse setor.
- **Apoiar o desenvolvimento de mercados.** A Prefeitura pode ser uma catalizadora de iniciativas privadas e públicas voltadas para o fortalecimento da marca e expansão de mercados através do apoio a eventos nacionais e internacionais. Uma estratégia de suporte à conexão dos produtores locais a cadeias de valor globais é um caminho, o qual pode ser fortalecido pela atração e construção de diálogos empresariais com os elos dominantes da cadeia.
- **Consolidar a formação de recursos humanos.** O Rio e Niterói tem escolas de nível superior de produção audiovisual e formação especializadas em escolas privadas e no SENAI/SENAC. É importante um diálogo estreito da prefeitura com os produtores privados e essas instituições para consolidar o Rio como um dos principais polos de formação de recursos humanos do setor.

Uma agenda que busque *benchmarking* internacionais e uma relação muito articulada com as instituições globais de referência.

- **Gestão das empresas: qualidade, produtividade e inovação.** Estimular o setor privado e instituições de formação profissional e de apoio à gestão a desenvolverem programas voltados para o fortalecimento da qualidade de gestão e atualização tecnológica do setor.

7. FINANÇAS

Apoiar o desenvolvimento do RIO como centro financeiro de nichos de mercado, como seguros, fintechs, gestão de ativos e patrimônio e private equity

- Desenvolver um *White Paper*, redigido por uma comissão de alto nível formada por gestores do mercado financeiro e acadêmicos, com o objetivo de identificar os nichos de mercado financeiro em que o RIO pode ser competitivo e definir a agenda de ações, de superação de obstáculos e desenvolvimento de competências, que o RIO precisa desenvolver para consolidar uma posição mais expressiva na indústria financeira.

Referências

Banco Mundial. *Doing Business Brazil 2020*. Disponível em: <https://www.doingbusiness.org/>

Bloquiau, A. C. (2019). Impulsionando a economia do Rio através da CUL Projeto Cidade do Rio: A hora é agora (mimeo).

Bloquiau, F. P. (2019b). Contribuição / Rio – Economia (mimeo).

Ensaio Geral – Informativo Oficial da Liesa (2019). Disponível em:

http://liesa.globo.com/material/materia2019/publicacoesliesa/_ENSAIOGERAL/Ensaio_geral_site.pdf

FIRJAN (2019). “Anuário da Indústria de Petróleo no Rio de Janeiro - Panorama 2019”. Disponível em: <https://www.firjan.com.br/lumis/portal/file/fileDownload.jsp?fileId=2C908A8A6C065B48016C72BB7BEA08D9>

IBGE (2019). “Produto interno bruto dos municípios 2017”. Disponível em: https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101688_informativo.pdf

Pinheiro, A. C. E L. Ramos (1995), Diferenciais intersetoriais de salários no Brasil, Revista do BNDES No. 3 (disponível em file:///Users/armandopinheiro%201/Downloads/RB%2003_final.PDF).

Pinheiro, A.C. (2012). “O setor financeiro fluminense”. In. PINHEIRO, A.C. e VELOSO, F. (orgs). Rio de Janeiro: um estado em transição. Editora FGV.