

ECONOMIA

12 LIÇÕES DA ÍNDIA

Por que um país com problemas tão semelhantes aos nossos consegue crescer 8% ao ano e o Brasil, não

Ela é mais parecida com o Brasil do que se imagina. Tem impostos indecentes e um ambiente hostil para os negócios. Tem uma legislação trabalhista anacrônica e uma infra-estrutura sofrível. Lá, como aqui, o governo gasta muito - e mal. E o Fundo Monetário Internacional (FMI) vive cobrando - sem sucesso - a realização das reformas tributária e fiscal, para o país entrar na rota do crescimento sustentado. Acredite, é isso mesmo. A Índia, a queridinha da hora dos investidores internacionais, padece basicamente dos mesmos males que o Brasil. Por que, então, ela cresce 8% ao ano, enquanto não chegamos nem a 3%?.

É provável que nem mesmo os maiores especialistas saibam responder a essa questão. Para tentar esclarecê-la, ÉPOCA foi ver de perto o que a Índia tem que o Brasil não tem. Foi investigar como o exemplo indiano pode ajudar o país a voltar a crescer com vigor e atender a suas enormes demandas sociais. Conversamos com empresários, executivos, economistas e políticos do governo e da oposição. Visitamos empresas de tecnologia, indústrias pesadas e órgãos governamentais. Sentimos o pulso das ruas de grandes cidades, como Mumbai (a antiga Bombaim), a capital Nova Délhi e Hyderabad (novo pólo indiano de tecnologia). De tudo o que vimos, extraímos 12 lições da Índia para o Brasil.

Hoje, é consenso entre os especialistas que a principal missão do novo governo brasileiro será fazer a economia crescer. Depois de termos conquistado a estabilidade econômica, nosso próximo desafio será elevar as taxas de crescimento. Só assim a economia pode ganhar o dinamismo necessário para gerar empregos e atrair

investimentos. É justamente na questão do crescimento que a Índia nos oferece um exemplo.

Curiosamente, a Índia ostenta alguns números que são até piores do que os do Brasil em diversos quesitos básicos, considerados essenciais pelos especialistas para qualquer país atingir o Nirvana do crescimento econômico. Do ponto de vista dos gastos públicos, por exemplo, um dos indicadores mais usados pelos analistas para avaliar a saúde financeira de um país, a Índia não apenas gasta mais que o Brasil em relação ao Produto Interno Bruto (PIB). Sua dívida pública é maior, muito maior do que a nossa. Equivale a 79,5% do PIB. No Brasil, é de 51,5%.

De acordo com uma pesquisa realizada pelo Banco Mundial com empresários de diversos países, o Estado é considerado tão ineficiente e burocrático na Índia quanto aqui. E, embora muita gente imagine que a Índia seja um país de monges budistas e hinduístas, a corrupção, segundo o estudo, é hoje a principal preocupação dos empresários indianos para o desenvolvimento dos negócios.

Da sua independência, em 1947, até a abertura econômica implementada a partir dos anos 90 pelo atual primeiro-ministro, Manmohan Singh, então ministro das Finanças, a Índia foi um país quase socialista. Restringia a iniciativa privada e era praticamente fechada às importações. Proibia até a entrada de Coca-Cola. Hoje, embora os tempos sejam outros, os resquícios do Estado-que-pode-tudo ainda são marcantes na economia.

A Índia, é certo, não tem os problemas dramáticos do Brasil com segurança. Mas, ao contrário do Brasil, que vive em clima pacífico com seus vizinhos há um século, têm problemas sérios de fronteira, com o Paquistão e com a China. Isso sem falar do sistema odioso de castas, que ainda impede a ascensão social de boa parte da população; das disputas religiosas, que atingem o país desde a independência; e do terrorismo fundamentalista, uma ameaça permanente. Não por acaso a Índia é um dos poucos países que têm a

bomba atômica. Seus gastos militares chegaram a 4% do PIB em 2005 contra 1,5% destinados à área no Brasil.

A questão é que, ainda assim, com tudo isso, a Índia cresce e prospera - e o Brasil chafurda num estado de semi-estagnação econômica. Lá, o lucro das empresas, de acordo com a Confederação da Indústria da Índia (CII), aumentou 40% em 2005. Aqui, muitas empresas ainda preferem aplicar a sobra de caixa na ciranda financeira, que se mantém atraente, apesar do controle da inflação, em vez de investir na produção. "Precisamos pensar grande", afirma o primeiro-ministro Manmohan Singh. "Nós temos que ir além do crescimento vegetativo, para um paradigma de crescimento exponencial que jamais foi visto antes."

Afinal, qual é o mistério da Índia? Como ela consegue crescer tanto, com problemas tão semelhantes aos do Brasil? Nas páginas seguintes, você poderá conferir o que é que a Índia tem que o Brasil não tem e em que ela pode contribuir para o país voltar a crescer de verdade e atender às suas enormes demandas sociais. No total, publicamos 12 lições preciosas da Índia para o Brasil em diferentes aspectos sócio-econômicos e culturais - da mentalidade global dos empresários ao investimento em pesquisa, dos baixos juros praticados pelos bancos à oferta de serviços de qualidade de Primeiro Mundo.

No momento, é difícil dizer se o crescimento da Índia é sustentável ou não passa de uma bolha, que pode estourar a qualquer momento. Mas eles sabem, como nós deveríamos saber, que ao crescer 6% ao ano a renda da população dobra em 12 anos. Crescendo 10% ao ano, dobra em 7. E, como o que está em jogo é a redução da miséria e a melhoria da qualidade de vida da população, quanto mais rápido se der o crescimento, sem colocar em risco a estabilidade econômica, melhor. Como diz o economista brasileiro José Alexandre Scheinkman, professor da Universidade de Princeton, uma das mais respeitadas dos Estados Unidos, "é preciso ter senso de urgência".

1. Mentalidade global

As principais empresas indianas não restringem a sua atuação no mercado global às exportações. Elas querem mais do que isso. Querem ser as melhores do mundo naquilo que fazem, para ganhar a disputa pelo consumidor contra quem quer que seja. Seus comandantes parecem acreditar seriamente que podem chegar lá, com a oferta de produtos e serviços de classe mundial.

Hoje, muitas empresas estão expandindo os seus domínios além-mar, apesar de a Índia, com 1,1 bilhão de consumidores, ser o segundo maior mercado do mundo, logo abaixo da China. "As empresas indianas entraram na arena global de forma agressiva" diz o empresário Yogesh Deveshwar, presidente da Confederação da Indústria da Índia (CII). "Nos próximos anos, um número cada vez maior de empresas indianas vai se globalizar", disse a ÉPOCA o economista Arindam Chauduri, autor do livro *The Great Indian Dream* (O Grande Sonho Indiano, ainda sem tradução para o português) e responsável pelo Centro de Pesquisa Econômica e Estudos Avançados, de Nova Delhi.

Na área de tecnologia, por exemplo, os investimentos diretos feitos por empresas indianas no exterior alcançaram US\$ 5 bilhões no primeiro semestre de 2006, dos quais US\$ 200 milhões vieram para o Brasil, segundo o Ministério das Relações Exteriores da Índia. Hoje, os investimentos da Índia no Reino Unido, o todo-poderoso colonizador de outrora, são maiores que os do Reino Unido na Índia.

A expansão internacional está acontecendo em diversos campos da economia, como aço, petróleo e indústria farmacêutica. O caso da Mittal, maior produtora de aço do mundo, com bases em 60 países, nenhuma delas na Índia, não é isolado. Há dezenas de outras estrelas indianas brilhando por aí.

O Grupo Tata, por exemplo, que atua nas áreas de siderurgia, eletricidade, telecomunicações, tecnologia, indústria automobilística e produção de chá, seguiu o mesmo caminho. Com receitas de US\$ 21,9 bilhões em 2005, o Tata está presente em 40

países dos cinco continentes. A Infosys, da área de softwares, também. Com um valor de mercado de US\$ 22 bilhões e um faturamento anual de US\$ 1 bilhão, tem nove centros de desenvolvimento na Índia e 30 em outros países. A Dr.Reddy's, segunda maior empresa indiana da área farmacêutica, idem. Com um valor de mercado de US\$ 2,5 bilhões, controla plantas industriais na China e no México. No ano passado, comprou uma das maiores empresas alemãs do ramo por US\$ 570 milhões. Agora, segundo informações dadas a ÉPOCA por seu presidente, Satish Reddy, prepara-se para reforçar a sua base no Brasil. Deve construir uma fábrica própria de genéricos no país, com o objetivo de faturar US\$ 50 milhões por ano a partir de 2012.

2. Foco no desenvolvimento

Ao contrário do Brasil, que viveu um processo de superinflação que durou duas décadas por baixo, a Índia nunca passou por nada semelhante. Talvez, por isso mesmo, o foco da política econômica indiana seja o crescimento. Ou, em outras palavras, a geração de riqueza para melhorar a qualidade de vida da população, hoje estimada em 1,1 bilhão de pessoas, 300 milhões das quais vivem abaixo da linha de pobreza, com menos de um dólar por dia. E, numa situação dessas nem poderia ser diferente. O crescimento tem que ser mesmo a prioridade nº1.

Formalmente, a Índia não adota o modelo de metas de inflação seguido no Brasil. Ainda assim, as estimativas de inflação sofrem uma atualização trimestral. "O principal objetivo é promover o crescimento econômico com estabilidade de preços", afirma Muneesh Kapur, diretor do Reserve Bank of Índia (RBI), o banco central do país, que atua de forma independente do governo.

A julgar pelos resultados, a estratégia indiana funciona bem melhor do que a nossa. Nos últimos 10 anos, a Índia foi o segundo país que mais cresceu no mundo, com uma média em média 6% ao ano, atrás apenas da China, sem perder o controle da inflação. Se continuar a crescer no mesmo ritmo, poderá reduzir de forma significativa a miséria em 20 ou 30 anos. Mas, se a questão do

crescimento econômico não estiver no topo da lista de prioridades do governo e da sociedade, isso dificilmente vai acontecer.

Na Índia, parece estar claro para todo mundo que, em condições normais, é o crescimento que faz a diferença entre um bom governo e um governo medíocre. A política monetária e a inflação são importantes, é claro. Cuidar das despesas do setor público, também. Seria leviano dizer o contrário. Mas não se pode perder de vista, como acontece hoje no Brasil, a razão de todas as coisas - o crescimento econômico e a prosperidade da população.

3. Produção para o povão

Num país que tem 1,1 bilhão de habitantes, como é o caso da Índia, onde quem ganha mais de US\$ 2.000 por ano (é isso mesmo!) já é considerado classe média, é difícil deixar de lado o povão. A Tata Motors, maior montadora indiana, com faturamento de US\$ 5,5 bilhões em 2005, por exemplo, desenvolve um projeto pioneiro para fabricar um carro popular com preço final de US\$ 2.000. É uma iniciativa que pode revolucionar o mercado de transporte pessoal na Índia e em todo o mundo.

O empresário Renan Tata, presidente do grupo que controla a empresa, disse ao jornal *Financial Times* que o projeto prevê o uso de peças produzidas por fabricantes indianos de motocicletas. A idéia é lançar um carro de para quatro pessoas, com quatro portas, que seja acessível a milhões de donos de motocicletas e das típicas lambretas indianas de três rodas. "Meu sonho é transformar esse carro em realidade durante o período em que eu ainda estiver à frente do grupo, nos próximos cinco anos", afirmou Tata numa entrevista concedida ao jornal britânico em 2003. Faltam, portanto, mais dois anos para ele alcançar seu objetivo. Credenciais para tanto ele tem. Ao menos se propôs a tentar, o que já é uma grande coisa.

Outro exemplo que ilustra bem a preocupação dos empresários indianos com as demandas do povão é o cinema. Ao contrário do que acontece no Brasil, a indústria cinematográfica, mais conhecida

por Bollywood (uma mistura de Bombaim com Hollywood), concentra-se na produção de filmes populares. O chamado "cinema de arte", representa uma pequena parcela do total e, em geral, é um fracasso de bilheteria.

Resultado: a Índia é o maior produtor de cinema do mundo, com quase 900 filmes lançados por ano e uma receita de US\$ 2,1 bilhões com a venda de ingressos em 2005. Na maioria das 15.000 salas de exibição existentes no país (muitas delas mal conservadas), um bilhete custa apenas US\$ 0,20. Não é à toa que 12 milhões de indianos vão ao cinema todos os dias, segundo as estatísticas oficiais. Só em 2005, foram vendidos 3,8 bilhões de ingressos. Isso é que é cultura de massa.

4. Planejamento econômico

Numa civilização tão antiga quanto a indiana, com 5.000 anos de história, não é de espantar que o tempo seja visto de forma diferente do que no Brasil. Apesar de seu processo descontrolado de urbanização, muito semelhante ao que aconteceu aqui até alguns anos atrás, a Índia tem uma tradição de planejamento econômico que vem dos tempos em que era um país quase socialista, até o final dos anos 80. Algumas de suas figuras mais ilustres, como o atual primeiro-ministro, Manmohan Singh, trabalharam em órgãos públicos de planejamento econômico antes de entrarem na política.

Na Índia, qualquer estatística vem sempre acompanhada de projeções para o futuro. As exportações, hoje de US\$ 80 bilhões, serão de US\$ 150 bilhões em 2009. Os US\$ 34 milhões aplicados pelas empresas indianas em publicidade na internet deverão chegar a US\$ 100 milhões em 2010. E por aí vai. É algo importante para a economia. E, se isso for feito com alguma participação dos envolvidos, como parece ser o caso da Índia, melhor ainda. Só não pode é transformar o processo de definição de uma política pública numa assembléia estudantil. Ou sindical.

5. Pequenas mudanças

No Brasil, os economistas nos fazem acreditar que o país é uma espécie de patinho feio do mundo. Dizem que, enquanto não fizermos a lição de casa, nada de bom vai acontecer. Talvez, por isso mesmo, uma das principais lições da Índia para o Brasil seja a de que, enquanto isso não acontece, a vida não precisa parar. Embora tenha problemas muito parecidos com os do Brasil, como a ganância do governo, um ambiente hostil para os negócios e uma burocracia paralisante, a Índia é um exemplo emblemático de que dá para fazer muita coisa, enquanto os assuntos mais complicados não se resolvem.

Em geral, as questões mais complexas exigem delicadas negociações políticas, que podem durar anos, talvez décadas. Não faz sentido ficar à espera da solução dos grandes problemas para só então cuidar da vida, como acontece por aqui. Até porque, se tudo acontecesse como querem os economistas, com a urgência que eles cobram, o Brasil seria um país perfeito, como nenhum outro na face da Terra - e isso, como se sabe, tem pouco a ver com a realidade.

É fundamental ter uma agenda de longo prazo. Isso ninguém contesta. Mas tão ou mais importante é trabalhar para que o curto prazo seja o melhor possível. A idéia de que a agenda de longo prazo pode ser implementada num passe de mágica é ingênua. E a de que não haverá curto prazo se as grandes mudanças não forem feitas de imediato não passa de uma falácia.

Na Índia, o governo e a sociedade procuram resolver também os pequenos gargalos, que atrapalham a vida das empresas e dos indivíduos no dia-a-dia. Muita coisa que entrava o desenvolvimento pode ser removida no âmbito administrativo, sem a aprovação do Parlamento. São medidas que costumam afetar apenas um determinado setor. Mas, muitas vezes, são suficientes para colocá-lo na rota do crescimento.

Há dezenas, talvez centenas, de pequenas soluções do gênero que poderiam ser adotadas para estimular o crescimento. E a Índia trata de lhes dar o devido valor, enquanto não alcança o paraíso.

O governo sabe também que sua base no Congresso é ainda mais frágil do que a do Brasil. É fruto de uma coligação que reúne o Partido do Congresso, do primeiro-ministro Manmohan Singh, e uma série de pequenos partidos sem relevância nacional. Na Índia, é tão ou mais difícil para o governo indiano aprovar projetos de seu interesse no Parlamento quanto para o governo brasileiro. Nem por isso, tudo fica parado à espera do dia da redenção.

6. Empresários pró-ativos

Qualquer empresário que se preza adora reclamar da política econômica. Isso acontece aqui, na Índia, em qualquer lugar do mundo. Faz parte do jogo. Mas lá eles parecem mais dispostos a tocar a vida, apesar das dificuldades estruturais do país, como um sistema tributário perverso e o descontrole dos gastos do governo.

Apesar da tradição de planejamento econômico que a Índia tem, o sucesso atual do país é, antes de tudo, uma vitória da iniciativa privada. Não aconteceu por causa do governo, mas apesar dele. De alguma forma, os empreendedores indianos parecem encontrar uma maneira de ultrapassar os obstáculos e contornar a burocracia.

Segundo um relatório do Fundo Monetário Internacional (FMI), o crescimento do setor de tecnologia na Índia é, basicamente, o resultado da ação da iniciativa privada e da não intervenção do governo. "Na Índia, quando o governo dorme, a economia cresce", disse Gurcharan Das, ex-presidente da subsidiária indiana da Procter & Gamble, a gigante americana do setor de higiene e limpeza, em entrevista recente à revista *Newsweek*.

Lá, os empresários parecem ter as suas próprias agendas de crescimento. Procuram implementá-las independentemente do partido que esteja no poder. O primeiro-ministro, Manmohan Singh, considerado o pai da abertura econômica do país, nem é do partido preferido dos empresários. Está ligado ao Partido do Congresso, que governou a Índia durante quase todo o período que se seguiu à sua independência, em 1947, e que foi o responsável pela criação

de boa parte dos obstáculos à iniciativa privada que agora se quer destruir. Mesmo assim, como bons vendedores que são, os empresários atuam em parceria com o governo, em nome do desenvolvimento do país. Ao falar com investidores estrangeiros e fornecedores externos, por exemplo, procuram realçar os aspectos positivos do país e minimizar os negativos. É bom para os negócios.

7. Marketing eficiente

A Índia é um país que sabe se vender bem e tem muito a nos ensinar neste quesito. O melhor exemplo disso foi o que aconteceu em Davos, na Suíça, no começo de 2006, durante o Fórum Econômico Mundial, um evento que reúne líderes políticos e empresariais do mundo todo. Com o objetivo de divulgar o país e reforçar o seu novo perfil desenvolvimentista, a Índia fez uma campanha publicitária de altíssimo nível, intitulada *India Everywhere* (em todo o lugar, em português), no evento. "O Fórum Econômico foi a plataforma ideal para atingir a comunidade global de negócios", diz Ajay Khana, diretor geral da Confederação de Indústrias da Índia (CII).

A iniciativa, coordenada pela India Brand Equity Foundation (IBEF), uma entidade criada em parceria por empresários e órgãos governamentais para promover o país no exterior, foi um tremendo sucesso. Durante o encontro, Davos foi tomada por uma legião de autoridades e empresários indianos. Havia out-doors que exaltavam a Índia em todo lugar. Até o aeroporto da cidade tinha pôsters do gênero. Um deles dizia, de forma emblemática: "India: o sonho dos investidores... livre mercado".

Diversas palestras e eventos paralelos ao encontro oficial, quase todos muito concorridos, trataram dos mais diferentes temas ligados à Índia na atualidade. Para encerrar, houve uma noite dançante, com música típica ao vivo, na qual vetustos homens de negócios ferveram na pista até altas horas. "A imagem da Índia está mudando" diz o porta-voz do ministério das Relações

Exteriores da Índia, Navtej Sarna. "Hoje, há uma percepção global positiva da Índia."

No discurso de empresários e autoridades, o baixo custo de produção que existe na Índia, em razão da abundância de mão de obra desqualificada e dos baixos salários dos técnicos, na faixa de US\$ 5.000 por ano, torna-se "vantagem competitiva". Para o país se mostrar mais atraente do que a China, onde o velho Partido Comunista ainda dá as cartas políticas, a Índia se diz "o país democrático que mais cresce no mundo".

Ainda assim a Índia não é, aparentemente, um pastel de vento, fruto dos delírios criativos dos marqueteiros. "Nós precisamos atender às expectativas que criamos", afirma o secretário de Comércio da Índia, Shivshanka Menon. "Embora a criação de percepções seja algo importante, precisamos melhorar o resultado em benefício da economia indiana e do ambiente de negócios."

8.Auto-estima positiva

Um dos aspectos em que a Índia pode dar uma boa contribuição ao Brasil está relacionado à auto-estima nacional. Ao contrário do que acontece aqui, a Índia parece cultivar uma imagem positiva de si mesma, apesar de todos os problemas que tem e das dificuldades que enfrenta para resolvê-los. Isso ajuda a criar um clima positivo. É difícil imaginar que um país possa atrair o interesse alheio se a sua auto-estima estiver lá embaixo. "Os indianos, hoje, não consideram a si mesmos e a seus produtos como inferiores", disse a ÉPOCA Arindam Chauduri, do Centro de Pesquisa Econômica e Estudos Avançados, com sede em Nova Delhi. "As aquisições que as empresas indianas estão fazendo no exterior mostram que elas não têm complexo de inferioridade."

É claro que é algo subjetivo, que dá margem a diferentes interpretações. Além disso, também se deve levar em conta que a Índia tem uma cultura milenar. Isso ajuda a estimular a auto-estima nacional - e muito. Afinal, foi lá que surgiu o zero, o sistema decimal e a Yoga, só para ficar no básico. Nada mais

natural, portanto, que os indianos sintam-se orgulhosos das contribuições que deram ao mundo. Mas, seja qual for a explicação para a elevada auto-estima de seu povo, o mais importante é para nós é a mensagem de que existe vida além do catastrofismo que assola o país.

9. Crédito barato

No Brasil, fizeram a gente acreditar que o juro alto é uma espécie de purgatório pelo qual qualquer país tem que passar se tiver problemas nas contas públicas. Mas a Índia mostra que não é bem assim. Embora o governo seja tão gastador quanto aqui, os juros lá são civilizados. Ou seja, é possível, sim, um país de Terceiro Mundo, cheio de problemas, ter juros de Primeiro Mundo (ainda que tentem lhe provar o contrário).

Na Índia, a inflação, que serve de base para o cálculo dos juros, é até maior do que a do Brasil - 5% contra 2% em 2006, de acordo com as estimativas dos economistas. Mas lá, mesmo assim, a taxa básica de juro está na faixa de 6% ao ano, enquanto no Brasil ela atinge 14,25% ao ano, mais que o dobro. Na Índia, uma operação de financiamento de capital de giro para as empresas custa hoje em torno de 14% ao ano. Aqui, sai por 60% ao ano. Lá, o crédito pessoal custa em média 26% ao ano. No Brasil, 90%. O crédito funciona como uma poderosa alavanca da economia e não como uma ferramenta mortal para as empresas e os consumidores, como acontece no Brasil. Para os padrões internacionais, o volume total de crédito bancário na Índia ainda é baixo, na faixa de 48% do Produto Interno Bruto (PIB). Mas é muito mais alto do que no Brasil, onde o volume está em 31% do PIB.

Os banqueiros, provavelmente, vão dizer que aqui precisam recolher ao Banco Central um tal de depósito compulsório sobre os depósitos à vista e a prazo dos clientes. Vão falar que o dinheiro que fica parado no Banco Central não tem qualquer rendimento e que e que isso aumenta o custo do dinheiro. Mas a Índia também tem os seus compulsórios. Os bancos são obrigados a manter no mínimo 25%

e no máximo de 40% de seus depósitos em títulos públicos, cujo rendimento é baixo por serem considerados papéis de baixo risco. No momento, a alíquota do compulsório lá está em 25%. Portanto, nada justifica os juros indecentes praticados no Brasil.

10. Microcrédito para a massa

Destinado à população de baixa renda desprezada pelos bancos tradicionais, o microcrédito representa um capítulo à parte na Índia. Com operações médias de US\$ 28,61, ele permitiu que um contingente estimado em 32 milhões de pessoas, segundo a Sa-Dhan, entidade que congrega as instituições da área na Índia, tivesse acesso ao crédito, para o povo reforçar o orçamento doméstico ou investir em alguma ferramenta ou mercadoria para a sua microempresa.

No total, de acordo com a Sa-Dhan, o volume de microcrédito alcança US\$ 1,5 bilhão de dólares. "Se quisermos ter sucesso em estimular o empreendedorismo, é fundamental oferecer serviços financeiros para os mais pobres", afirma Mathew Titus, presidente da entidade. "O microcrédito pode desempenhar um papel importante para estimular o crescimento econômico pela criação de atividades produtivas, geração de emprego e redução do custo dos serviços financeiros."

No Brasil, o volume total de empréstimos do gênero no país até que não é muito diferente do da Índia. Está em torno de US\$ 1,2 bilhão, de acordo com o Banco Central. Mas o microcrédito só beneficiou até hoje cerca de três milhões de pessoas no país, o equivalente a 10% do que se alcançou na Índia. O valor médio dos empréstimos aqui também é bem maior, na faixa de 900 reais (US\$ 410), quase 15 vezes mais do que na Índia. No Brasil, existem 51 instituições de microcrédito. Na Índia, 250. Sem contar as organizações não-governamentais (ONG), que atuam na área.

11. Investimento em pesquisa

Um país que tem pretensões de se tornar importante no mercado global precisa investir em pesquisa. Todo mundo sabe disso. Só que, no Brasil, pouca gente segue a cartilha. Aqui, há um grande número de pesquisadores que pouco ou nada contribuem para o desenvolvimento do país. Na Índia, é diferente. Cerca de 250 universidades têm o compromisso de desenvolver projetos que possam ser efetivamente implementados pela sociedade. Muitas empresas investem na área de pesquisa e algumas já colhem bons frutos com isso. Só em 2004, segundo o Fundo Monetário Nacional (FMI), houve o registro de 200 novas patentes da Índia, um recorde histórico.

“O número de patentes está explodindo e muitas empresas estrangeiras estão se terceirizando a sua área de pesquisa na Índia”, afirma o economista Arindam Chauduri, do Centro de Pesquisa Econômica e Estudos Avançados. “As nossas maiores vantagens são o nosso intelecto e a nossa habilidade de mergulhar em pensamentos abstratos. É sempre o pensamento abstrato e lateral que traz soluções para o amanhã.”

Na área química e farmacêutica, um mercado que gira 600 bilhões de dólares por ano no mundo, a Dr. Reddys é um caso exemplo perfeito. Segunda maior empresa privada do setor na Índia, com um faturamento de US\$ 500 milhões em 2005, investe cerca de 8% da receita em pesquisa e desenvolvimento por ano, principalmente em produtos para o câncer, de acordo com o presidente da empresa, Satish Reddy. “Os resultados só virão - se vierem - dentro de uns bons anos”, disse a ÉPOCA.

Segundo ele, a Dr. Reddys estuda a abertura de uma fábrica no aqui. Forte na área de genéricos, a empresa desembarcou no país no final da década de 90, mas formou uma parceria que não deu certo e agora decidiu seguir vôo solo. “No Brasil, os genéricos são muito caros”, afirma.

12. Força nos serviços

Em vez de ser forte na exportação de mercadorias, como o Brasil, a Índia é uma potência emergente na exportação de serviços, um

item da balança de pagamentos brasileira que está sempre no vermelho. Boa parte do bom desempenho da Índia neste quesito se deve a serviços da área de tecnologia. Em vez de bater de frente com os grandes fabricantes internacionais, a Índia encontrou o seu próprio espaço no mercado.

Ao contrário do que muita gente imagina, o sucesso da Índia no setor não está na produção de softwares para consumo de massa, como o Windows, da Microsoft, e o Mac, da Apple, mas na produção feita sob medida para as grandes e médias empresas do mundo todo.

A Infosys, por exemplo, uma das maiores empresas do ramo na Índia, atende clientes que compraram o sofisticado sistema da SAP, a gigante alemã da tecnologia. A Infosys faz a instalação e a adaptação do programa às necessidades de cada cliente. Ela também presta consultoria na área de tecnologia, concorrendo com nomes de peso no mercado global, como a IBM Consulting Services e a Accenture.

De acordo com a Infosys, para cada dólar gasto na compra de produtos pelas empresas, três dólares são gastos em serviços. Com o objetivo de manter custos competitivos, ela procura desenvolver 70% dos programas nas "fábricas de softwares" que tem na Índia, onde a mão de obra é mais barata. Apenas 30% são desenvolvidos no endereço do cliente.