

Bons argumentos,
ótimos investimentos.

Dezembro - 2022

SERVIÇOS DIGITAIS E PIB

Resenha Trimestral

Por Delano Franco

Mestre em economia pela PUC-RJ e Sloan
Fellow da London Business School é
estrategista da Argumento Gestão de
Investimentos.

SERVIÇOS DIGITAIS E PIB

Por: Delano Franco*

Resenha Trimestral –Dezembro/2022

Os fundamentos do cálculo do PIB foram desenvolvidos nos anos 30, pelo célebre time liderado pelo bielorrusso Simon Kuznets, ganhador do Nobel de 1971. Seu uso revolucionou a formulação e o acompanhamento da política econômica nos países, e ao longo das décadas a metodologia envolvida foi sendo aprimorada e atualizada.

Nos anos 90, por exemplo, foram introduzidas “contas satélite” para computar alguns aspectos da atividade econômica como trabalho caseiro e pesquisa e desenvolvimento. Também passou-se a medir melhor a produção de computadores e software.

Há, entretanto, um tipo especial de serviço, cada vez mais importante em nossas vidas, que não é capturado adequadamente pelo PIB – aqueles cujo uso é muitas vezes gratuito. Por exemplo, sites de busca, Wikipédia, redes sociais, cursos online, mapas, serviços de mensagem, videoconferência, música e Apps de smartphones. Mas como incluí-los em um computo cuja lógica é baseada em preço vezes quantidade, se custam zero?

Os pesquisadores Erik Brynjolfsson, de Stanford, e Avinash Collis, da Universidade do Texas, publicaram na Harvard Business Review de Nov-Dez 2019 uma técnica que tenta endereçar esse problema. Eles examinam a preferência de centenas de milhares de consumidores e tentam inferir os benefícios, em termos monetários, percebidos.

Por exemplo, para medir o valor percebido do Facebook (hoje Meta), ofereceram a um grande número de consumidores variadas somas de dinheiro para que abram mão do uso da rede social por um mês. Alguns dos respondentes efetivamente receberiam a quantia e deixariam de usar o serviço, para assegurar que as respostas não sejam descompromissadas.

Os resultados foram os seguintes – a compensação mediana aceita para abrir mão do Facebook por um mês foi de USD 48. Agregando, os autores estimam que a rede social proveu USD231B de valor desde a fundação em 2004. Um estudo semelhante foi feito para a Europa, onde a compensação mediana foi um pouco maior – em torno de EUR 97.

Como esperado, eles encontraram que usuários com mais amigos associam maior valor ao Facebook. Usuários que também participam do Instagram, rede social substituta, demandam menor compensação. Pessoas mais velhas

valorizam mais. Os autores especulam que isso pode se dever a menor propensão a migrar para plataformas alternativas, como Snapchat e Instagram, mas aí pode haver também simplesmente um efeito-renda – esses indivíduos podem em média possuir mais recursos.

Brynjolfsson e Collis notam que alguns podem considerar que o valor econômico gerado pelo Facebook acaba sendo incorporado ao PIB através de suas receitas de propaganda, mas retrucam que estas representam uma fração do valor percebido. Eles citam outro trabalho, de Michael Spence, de NYU, e Bruce Owen, de Stanford, que mostram que receitas de propaganda e valor ao usuário nem sempre são correlacionados (ex. serviços de e-mail).

Em seguida eles expandem o raciocínio para bens digitais que obtêm receitas através de taxas e subscrição, como Netflix, e argumentam que geram, de acordo com pesquisas, valor de 5 a 10 vezes o valor pago. A partir desse ponto os argumentos devem ser vistos com mais cautela, pois se fosse assim tudo na economia estaria provavelmente subestimado – digital e não digital. Aparentemente desenvolveram uma linha de pesquisa válida para bens gratuitos e, ao generalizá-la, geraram corolários duvidosos.

Voltando a esses bens “especiais”, eles encontram que a categoria com maior valor percebido é a de sites de busca – mediana de USD17k / ano, seguida por e-mail e mapas.

Por fim, para colocar as contribuições dos bens digitais gratuitos em perspectivas, calculam que apenas o Facebook adicionaria uma média de 0,11% anuais ao crescimento do PIB norte-americano de 2004 a 2017, que fora de 1,83% ao ano. Dessa forma, o impacto do conjunto desses bens tende a ser substancial.

Em suma, a metodologia de Brynjolfsson e Collis procura ao menos começar a endereçar aspectos de uma questão que há muito incomoda os economistas – a dificuldade de mensuração dos impactos da revolução digital sobre o PIB. Robert Solow, pesquisador seminal da teoria de crescimento econômico e ganhador do Nobel de 87, já dizia no mesmo ano que “podemos ver a era dos computadores em todo lugar, menos nas estatísticas de produtividade”.

**Delano Franco, Mestre em economia pela PUC-RJ e Sloan Fellow da London Business School é estrategista da Argumento Gestão de Investimentos.*



www.arg.com.br