

ANÁLISE DO MERCADO EXPORTADOR DA PARAIBA: AVANÇOS E PERSPECTIVAS.

Arthur HOLANDA, Elisangela MEIRELES, Gilberleno MOURA

CEFET-RN, Rua Arenopolis QD2, Ponta Negra, Natal-RN. 59091-160; (84)8867-4818, dragaodlua@gmail.com .

CEFET-RN, Rua Baía de Turiaçu 2265 ponta negra, Natal-RN 59092-160, elisangela@cefetrn.br

CEFET-RN, Avenida Senador Salgado Filho, 1559, Tirol, 59015-000, (84)9961-6652. gilbermoura@yahoo.com.br

RESUMO

O objetivo deste trabalho é promover uma análise do mapeamento exportador na forma de pesquisa científica para avaliar as potencialidades produtivo-exportadoras, já desenvolvidas e a serem prospectadas na Paraíba. Mais especificamente investigou-se: o delineamento do cenário das empresas exportadoras, estabelecendo agrupamentos de empresas, segundo o porte ou o arranjo produtivo, contribuindo para a reordenação de inserção de potenciais exportadores no mercado. Para fins deste estudo procedeu-se à realização de um mapeamento dessas empresas, adotando-se como critérios para o agrupamento, sobretudo, o porte da empresa e a região do Estado. Fundamentaram-se os dados estudados enfocando os comparativos da ação exportadora do Brasil, do Nordeste e da Paraíba, em seguida foi estabelecido o Mapeamento Regional das Exportações do Estado segundo arranjos produtivos locais, identificando as potencialidades econômicas do PB. Por fim, conclui-se que as potencialidades do Estado deverão ser desenvolvidas objetivando a alavancar cada vez mais a economia da região, com um desenvolvimento sustentável para as futuras gerações.

Palavras-chave: Exportações, Mapeamento, Mercado.

1. INTRODUÇÃO - O COMÉRCIO INTERNACIONAL.

Como o próprio nome já diz, o comércio internacional é definido por um grupo de práticas econômicas que se realiza com objetivos lucrativos em uma relação comum de compra e venda, mas de ocorrência em âmbito internacional.

Comerciantes, sejam por iniciativas privadas ou públicas, incessantemente buscam consumidores fora do seu país de origem, por razões de crescimento da capacidade, novos espaços ou ainda marketing dentro do seu país de origem.

O governo igualmente se interessa no comércio internacional, sua prática trás dinheiro para o país proporciona giro de capital e entre outras coisas gera sua própria evolução e representatividade, quão influem progressivamente e proporcionalmente a uma confiança internacional que alcançam, ainda que, distantes, anistias internacionais. “A tendência à mundialização é inerente ao crescimento do capitalismo” (Michalet, 2003: 30).

O seu histórico, a apresentação de tais vantagens empresariais e os interesses estatais conduziram esse tipo de comércio para um patamar em que toda a economia central de característica capitalista se baseia e norteia o seu desenvolvimento.

2. POLÍTICAS INTERNACIONAIS DE COMÉRCIO EXTERIOR

A regulamentação, financiamento e julgamento de práticas internacionais cabem aos seguintes órgãos:

2.1. OMC – A Organização Mundial do Comércio

Não raramente ocorrem casos de desavenças entre os protagonistas da relação de compra e venda, alguns casos comuns são os de desentendimentos contratuais ou o cancelamento de prestações de serviços, mas é muito bem regulamentado o procedimento para esses tipos de condição, no Brasil, por exemplo, costuma se recorrer ao PROCON (Órgão de proteção ao consumidor) ou ao SPC (Serviço de Proteção ao Crédito). Em outros países existem seus respectivos órgãos que são responsáveis por regulamentarem e protegerem as relações comerciais. Porém, como escolher o órgão que vai intervir em casos de problemas entre duas empresas de diferentes países foi o problema que assolou a coragem de muitos mercadores do comércio internacional.

Em 1995, foi fundada a OMC, A organização mundial do comércio foi a tentativa de centralização das regulamentações que funcionam sobre os casos de entendimento do comércio internacional. Proveniente do GATT, mas com muito mais poder político a OMC pode cuidar de denúncias de Dumping e autonomia para a aceitação de medidas de salva guardas que todos os participantes devem obedecer.

Segundo THORSTENSEN a participação do Brasil na OMC, baseada num trabalho de intensas consultas entre Governo e empresas, é tarefa de extrema importância, uma vez que é nas mesas da OMC que estarão a ser negociadas as regras fundamentais do comércio internacional, as quais servirão de base para as negociações dos demais acordos regionais.

2.2. BIRD E FMI

O Banco Mundial para Reconstrução e desenvolvimento, segundo o Ministério das Relações Exteriores, foi Instituído em 1960 e destinado a prover assistência concessional aos países de menor desenvolvimento relativo, o BIRD constitui o Banco Mundial, organização que tem como principal objetivo a promoção do progresso econômico e social dos países membros, mediante o financiamento de projetos com vistas à melhoria da produtividade e das condições de vida desses países. Contudo, para a participação e usufruto do BIRD é necessário que o país membro também faça parte do FMI (Fundo Monetário Internacional).

O FMI foi criado em 1945 e tem como objetivo básico zelar pela estabilidade do sistema monetário internacional, notadamente através da promoção da cooperação e da consulta em assuntos monetários entre os seus 181 países membros.

O FMI e o BIRD foram criados junto com o GATT nas conferências de Bretton Woods. E ambos foram realizados principalmente por uma necessidade do cenário pós-guerra que se apresentava. Atualmente estes órgãos são responsáveis para o auxílio do desenvolvimento dos países membros.

2.3. BID

O BID é o mais antigo e maior banco regional de desenvolvimento. É a principal fonte de financiamento multilateral para projetos de desenvolvimento econômico, social e institucional, bem como programas de promoção do comércio e integração regional na América Latina e no Caribe. O Banco Interamericano de desenvolvimento foi fundado em 1959, como instituição de desenvolvimento com mandatos e instrumentos inovadores. Seus programas de empréstimos e cooperação técnica para projetos de desenvolvimento econômico e social financiam idéias que ajudam no desenvolvimento dos países participantes.

2.4. Acordos internacionais de comércio.

Os Acordos internacionais de comércio são principalmente uma tentativa de facilitar o processo de relações entre blocos de países pré-estabelecidos. Esses acordos determinam desde cortes em impostos de exportação até autorização de entrada de civis em países sem documentos que geralmente são mais burocráticos, Sendo então necessário somente um documento como a carteira de identidade.

Os maiores blocos que se formaram com os acordos internacionais de comércio são:

ALCA: A Área de Livre Comércio das Américas (Alca) foi criado em 1994 com o objetivo de eliminar as barreiras alfandegárias entre os 34 países americanos, exceto Cuba.

APEC: A Cooperação Econômica da Ásia e do Pacífico (Apec) é um bloco econômico formado para promover a abertura de mercado entre 20 países e Hong Kong (China).

ASEAN A Associação das Nações do Sudeste Asiático (Asean) surgiu em 1967, na Tailândia, objetivando garantir o seguro e a estabilidade política e de aperfeiçoar o processo de crescimento da região.

MERCOSUL: Oficializado em 1991, o então denominado mercado Comum do Sul (Mercosul) é composto de países (Argentina, Brasil, Paraguai e Uruguai) que adotam políticas de integração econômica e aduaneira. A origem do Mercosul está nos acordos comerciais entre Brasil e Argentina elaborados em meados dos anos 80. No início da década de 90, o ingresso do Paraguai e do Uruguai torna a proposta de integração mais abrangente. Em 1995, instala-se uma zona de livre comércio. Cerca de 90% das mercadorias fabricadas nos países-membros podem ser comercializadas internamente sem tarifas de importação. Alguns setores, porém, mantêm barreiras tarifárias temporárias, que deverão ser reduzidas gradualmente (MDIC – 2006).

E também se destacam a ASEAM Associação das Nações do Sudeste Asiático o CARICOM, Mercado Comum e Comunidade do Caribe, CEI, Comunidade dos estados Independentes, o NAFTA Acordo de Livre Comércio da América do Norte, a CAFTA Acordo de livre comercio da América central, o Pacto Andino e a União Européia, sendo este ultimo o segundo maior em que inclusive se adotou a padronização da moeda.

3. POLÍTICAS NACIONAIS DE COMÉRCIO EXTERIOR

Segundo BONNELI A política de comércio exterior estará orientada para dois objetivos principais: a primeira é o aumento significativo dos fluxos de comércio do país, em relação à produção interna e ao comércio mundial; e a segunda é relacionada ao aperfeiçoamento do controle dos fluxos de comércio com o propósito de assegurar o abastecimento do mercado interno, evitar práticas comerciais desleais em prejuízo da produção nacional e contribuir para o equilíbrio do balanço de pagamentos.

Para isso foi necessário a adoção de alguns programas, como exemplo o Programa Novos Pólos de Exportação que tem como objetivo contribuir para o aumento e diversificação das exportações do país, mediante a incorporação de novos produtos, regiões e empresas à exportação de bens e serviços.

Outro programa que foi implantado foi o de Financiamento às Exportações: o objetivo deste programa é contribuir para a expansão das exportações por meio do aumento dos recursos para financiamento em condições semelhantes às vigentes no mercado internacional.

E sendo também muito importante vale destacar o Programa de Defesa Comercial que visa o aperfeiçoamento da legislação e da administração ante as práticas desleais de comércio e as práticas protecionistas por parte de outros países.

Os órgãos intervenientes no processo das políticas das exportações brasileiras em níveis hierárquicos se mostram no organograma a seguir:

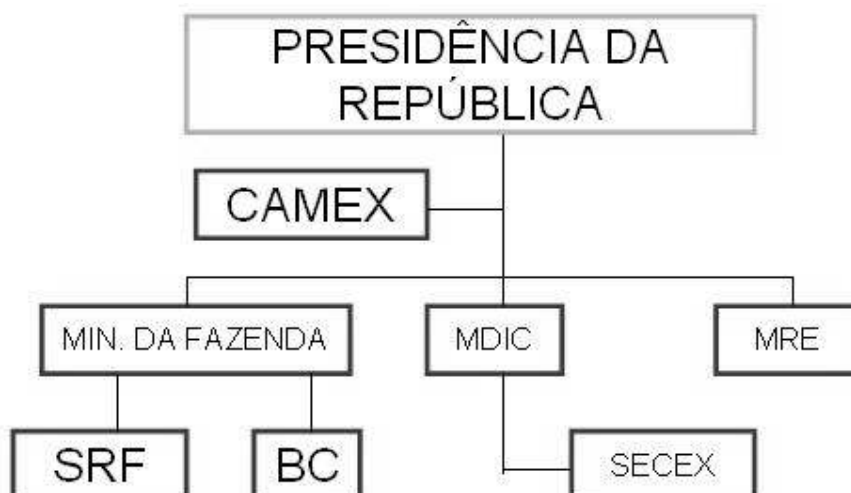


Figura 1 – Organograma Hierárquico dos Órgãos Intervenientes nas Exportações Brasileiras.

Partindo da Base do organograma destacam-se A secretaria da Receita Federal (SRF) e o Banco Central (BC) que ao comando do ministério da fazenda fiscalizam, orientam, e instituem as normas e as tarifas financeiras que são aplicadas no que tangem ao comércio internacional brasileiro.

O Ministério do Desenvolvimento da Indústria e Comércio (MDIC) Unido ao Ministério das Relações Exteriores (MRE), Intervém na pratica de incentivos de informação, criação de pacotes cambiais e ainda no próprio órgão de serviços que se encontram disponíveis para auxilio de exportadores com necessidades de força política no exterior.

A câmara de comercio exterior (Camex) que é órgão integrante do Conselho de Governo, tem por objetivo a formulação, adoção, implementação e a coordenação de políticas e atividades relativas ao comércio exterior de bens e serviços, incluindo o turismo.

4. POLÍTICAS DO ESTADO DA PARAIBA DE COMÉRCIO EXTERIOR.

As políticas adotadas dentro do estado da Paraíba para o comércio internacional são em sua grande parte ações tomadas pelo Serviço Brasileiro de Apoio às pequeno e micro empresas (SEBRAE) que concede desde cursos e capacitação para micro e pequenas empresas até financiamentos para desenvolvimento das mesmas. A empresa CORREIOS junto ao estado fornece um serviço popular para pequenos e micro empresários que desejam colocar seu produto no exterior, como o Exporta Fácil que é famoso por ser um processo menos burocrático de exportação.

A Secretaria do Estado de Turismo e do Desenvolvimento Econômico e Federação Das Industrias do Estado do Rio Grande do Norte / Centro Internacional de Negócios (FIERN/CIN) também são órgãos de intervenção dentro do estado do estado da Paraíba, Eles promovem feiras, apóiam e norteiam o rumo que empreendedores devem tomar no exterior.

5. DESENVOLVIMENTO DAS EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS

O Histórico do comércio internacional brasileiro não foi muito memorável se comparado ao desenvolvimento mundial, na verdade, segundo dados obtidos no Ministério do desenvolvimento Indústria e Comércio, desde a década de cinquenta não houve rendimentos na balança comercial realmente significativos.

Buscando resolver os problemas que impediam o saldo positivo da balança comercial brasileira, foram criados pacotes cambiais com metas que estabeleciam incentivos que resultaram nos últimos anos, junto aos incentivos do governo, a evolução das exportações. Notoriamente, o saldo rendeu em dois anos o dobro do que demorou em oito, observe a tabela a seguir:

Tabela 1– Evolução das exportações brasileiras

Ano	U\$(Bi)	Variação (%)	Participação (%)		Exportação Mundial
			América/Mundial		
1998	51.1	-3.5	6.5	0.95	5.386,00
1999	48.0	-6.1	8.9	0.86	5.583,00
2000	55.1	14.7	9.1	0.88	6.295,00
2001	58.2	5.7	11.4	0.97	6.031,00
2002	60.4	3.7	13.1	0.96	6.306,00
2003	73.1	21.1	14.4	0.99	7.365,00
2004	96.5	32.0	16.0	1.05	9.191,00
2005	118.3	22.6	14.9	1.14	10.393,00

Fonte: MDIC (Ministério do Desenvolvimento da Indústria e Comércio)

A participação do Brasil na economia mundial chegou em 2005 a 1,14% e no mês de setembro de 2006 alcançou 1,81% (MDIC). Observe a tabela a seguir que mostra o saldo da balança comercial brasileira considerando desta vez a confirmação dos dados citados, observe:

Tabela 2 – Balança Comercial Brasileira 1994/2005

Ano	Exportações (\$)	Variação (\$)	Importações (\$)	Saldo (\$)
1994	43.545.149	---	33.078.690	10.466.459
1995	46.506.282	6,8	49.971.896	-3.465.614
1996	47.746.728	2,67	53.345.767	-5.599.039
1997	52.982.726	10,97	59.747.227	-6.764.501
1998	51.139.862	-3,48	57.763.476	-6.623.614
1999	48.011.444	-6,12	49.294.639	-1.283.195
2000	55.085.595	14,73	55.838.590	-752.994
2001	58.222.642	5,69	55.572.176	2.650.466
2002	60.361.786	3,67	47.240.488	13.121.297
2003	73.084.140	21,08	48.304.598	24.779.541
2004	96.475.244	32,01	62.834.698	33.640.547
2005	118.308.387	22,63	73.599.631	44.708.756

Observa-se que durante cinco anos (1995/2000) o saldo da balança comercial brasileira estava negativo e seu crescimento só apareceu após 2001 quando o mercado controlou as importações e incentivou a mudança da cultura de exportação, proporcionando aos micro e pequenos empresários a chegarem ao exterior.

6- DELINEAMENTO DAS EXPORTAÇÕES NO ESTADO DA PARAÍBA.

O estado da Paraíba possui uma área de 56.584 Quilômetros quadrados e a sua população estimada em 2005 foi de aproximadamente 3.5 milhões de habitantes.

Dentro de sua economia as grandes e médias empresas são as que existem em menor quantidade dentro da participação econômica do estado.

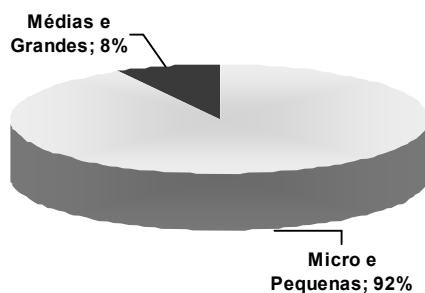


Figura 2: Percentual de estabelecimentos por porte na Paraíba

Segundo GADELHA, a indústria de transformação ainda é o setor mais produtivo da Paraíba, Dentro do estado da paraíba os segmentos de maior produtividade são os Têxtil, Calçados, Sucro-Alcooleiro, Minerais Não-Metálicos Construção Civil Vestuário Bebidas e Alimentos. Sendo ainda o grande destaque reservado para o setor de produção de roupas do estado. A Companhia de Tecidos Norte de Minas Coteminas sozinha gera um valor maior do que a soma das nove outras maiores empresas no estado.

O setor que possui menor produtividade é o de mineração que gera cerca de milhões de dólares para o estado.

Em relação aos compradores no exterior, os principais são os Estados Unidos, Argentina, Nigéria, Espanha e Rússia.

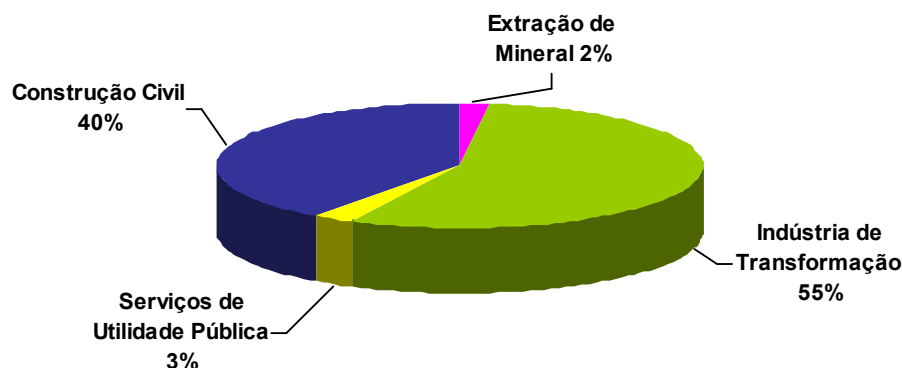


Figura 3: Percentual de estabelecimentos por setores econômicos na Paraíba

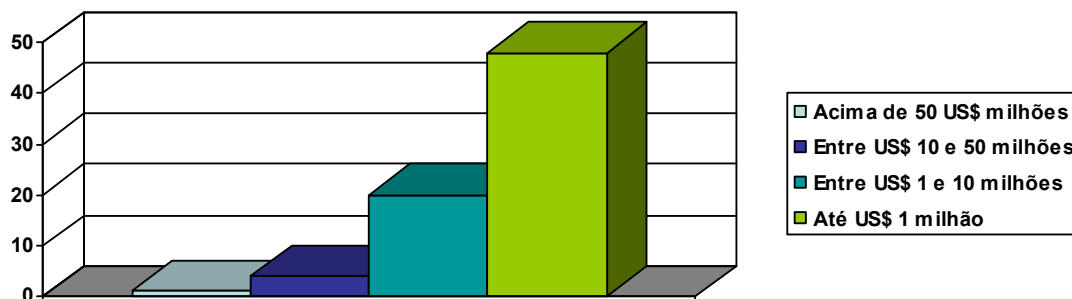


Gráfico 3: Número de empresas por valor exportado

Tabela 3: Principais Produtos Exportados do Estado da Paraíba

DESCRIÇÃO DAS EXPORTAÇÕES	VALOR	%
TOTAL DA ÁREA	228.007.433	100,00
10 PRINCIPAIS PRODUTOS EXPORTADOS	185.341.747	81,28
1. ROUPAS DE COZINHA DE TECIDO ATOALHADO	91.211.889	40,00
2. ALCOOL ET. N/ DESNAT. C/ VOL. ALCOÓLICO	24.466.493	10,73
3. OUTROS CALÇADOS IMP. BORRACHA/PLÁSTICO	20.407.000	8,95
4. CORDÕES DE SISAL/ OUTRAS FIBRAS DE AGAVE	11.439.675	5,02
5. AÇÚCAR DE CANA EM BRUTO	7.552.910	3,37
6. FIO DE ALGODÃO 85% SIMPLES N/ PENTE 292 58	7.600.037	3,33
7. OUTROS CALÇADOS DE COURO NATURAL	6.099.904	2,66
8. CALÇADOS P/ ESPORTES ETC. TÊXTIL SOLA BOR.	6.088.366	2,87
9. CIMENTOS N/ PULVERIZADOS (CLIKERS)	5.400.495	2,39
10. CAMARÕES INTEIROS CONG. EXCETO “KRILL”	5.074.978	2,23

Segundo dados do Ministério do Desenvolvimento Indústria e Comércio, se comparado a 2005, em 2006 os valores exportados caíram em mais da metade. O que gera uma preocupação eminente, a recessão das exportações faz a economia parar e aspectos sociais ficam desfalcados como a geração de empregos e ainda em aspecto nacional, não acompanhar o crescimento eminente de outros estados, que são grande maioria. A gravidade do assunto se encontra de maneira tão drástica que além disso, existe também o fato de que a participação da Paraíba tem se tornado cada vez mais irrisória no decorrer dos anos, ao ponto do estado ter participação de 0,08 nas exportações nacionais.

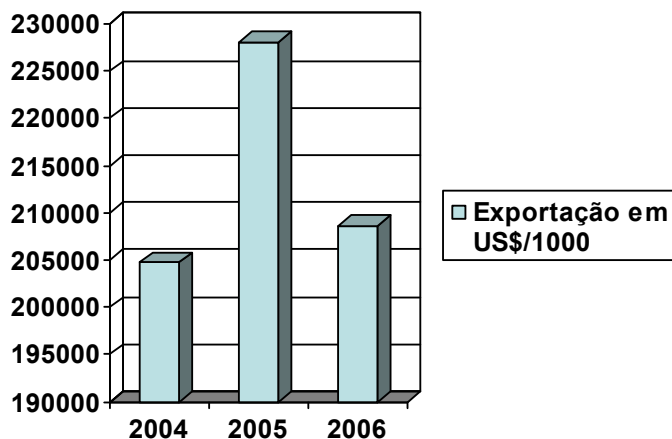


Figura 4: Número de empresas por valores Exportados

Tabela 4: Participação da Paraíba nas exportações Brasileiras e do Nordeste.

ANO	BC - PB	BC - NE	BC Brasil	PB-NE%	PB-BR%
2006	39.126	2.721.530	46.074.080	1	0,084919764
2005	133.710	4.246.110	44.702.878	3	0,299108259
2004	115.909	2.524.660	33.640.547	5	0,344551472
2003	107.730	1.778.795	24.779.541	6	0,434753816
2002	38.585	-5.745	13.121.297	-672	0,294063918
2001	15.562	-932.360	2.650.466	-2	0,587142035
2000	-72.666	-751.957	-752.994	10	9,650276098
1999	-65.657	-172.055	-1.283.195	38	5,116681409

Fonte: MDIC

8. CONCLUSÃO

Observa-se ao longo desta pesquisa, que a Paraíba ainda necessita investir em suas potencialidades, tanto em aspectos informativos quanto em aspectos assistencialistas para o crescimento da cultura exportadora no estado. Além de urgentemente viabilizar novos segmentos para uma maior diversidade de atividades econômicas.

O fato de metade do capital arrecadado com exportações estar centrado em apenas uma empresa indica que existe uma dificuldade para abertura comercial para outras empresas, que mesmo sendo de outro segmento, os investimentos de capitais estrangeiros ou até mesmo regionais se direcionam para aquela que garante maior retorno seguro do investimento.

Recomenda-se que políticas devem ser adotadas para gerar o desenvolvimento esperado da exportação, O comércio internacional contribui para o desenvolvimento regional, em meios sociais políticos e econômicos. Como um todo estimula iniciativas que valorizam a dinamização espacial e o fortalecimento dos arranjos produtivos locais.

9. REFERÊNCIAS

BRASIL. Governo Federal. **Comércio Exterior Brasileiro**. Brasília, 2005

BRASIL. Governo Federal. **Aliceweb**. Disponível em: <www.aliceweb.gov.br>. Acesso em: 26 out. 2006.

FEDERAL, Governo. **Ministério do Desenvolvimento da Indústria e Comércio**. Disponível em: <www;mdic.gov.br>. Acesso em: 28 out. 2006.

GADELHA, Francisco. **A economia e as Exportações da Paraíba**. Encomex. João Pessoa, 2006.

THORSTENSEN, Vera. **OMC – Organização Mundial do Comércio: as regras do comércio internacional e a rodada do milênio**. São Paulo: Aduaneiras, 1999.

MICHALET, Charles-Albert **La Séduction des Nations ou comment attirer les investissements**, Economica. Paris, 1999.

BONNELI, Ragis. **As Políticas Industrial E De Comércio Exterior No Brasil: Rumos E Indefinições**. Ipea. Rio de Janeiro, 1997.