
COMÉRCIO EXTERIOR E A INTERNACIONALIZAÇÃO DA PARAÍBA: O MERCADO DE EXPORTAÇÃO DE MINÉRIOS¹

Foreign trade and the internationalization of Paraíba: The ores export market

Laura Bentes Andreazze

Bacharel em Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais. Universidade Federal da Paraíba. Via Expressa Padre Zé, 221, Bloco IV, Campus I. CEP: 58051-900. João Pessoa, Paraíba, Brasil. lba@academico.ufpb.br

Vívian Lima Machado

Bacharel em Relações Internacionais. Universidade Federal da Paraíba. Via Expressa Padre Zé, 221, Bloco IV, Campus I. CEP: 58051-900. João Pessoa, Paraíba, Brasil. vivian.machado@academico.ufpb.br

Roberto Vilmar Satur

Economista. Pós-doutor em Informação e Comunicação. Universidade Federal da Paraíba. Prof. Adjunto do Departamento de Mediações Interculturais. Professor e coordenador do Curso de Línguas Estrangeiras Aplicadas – Negociações Internacionais. Via Expressa Padre Zé, 221, Bloco IV, Campus I. CEP: 58051-900. João Pessoa, Paraíba, Brasil. robertosatur@yahoo.com.br

Silvia Renata Ribeiro

Bacharel em Direito e Licenciatura em Letras. Mestre em Letras. Universidade Federal da Paraíba. Via Expressa Padre Zé, 221, Bloco IV, Campus I. CEP: 58051-900. João Pessoa, Paraíba, Brasil. silvia.ribeiro@academico.ufpb.br

Resumo: Este artigo é um recorte do mercado de exportação de minérios da Paraíba, de 2013 a 2022, setor que tem um histórico de exploração local e potencial em crescimento. O objetivo desta pesquisa consistiu em destacar os principais minerais exportados na Paraíba, suas utilidades e destino. A metodologia utilizada foi de caráter quantitativo, através de dados coletados na plataforma Comex Stat dos últimos 10 anos de cada mineral; seguido de entrevistas com experts e líderes do mercado paraibano para a realização da análise e apontar potencialidades. O setor minerador da Paraíba mostrou potencial para crescimento, devido à abundância mineral do estado, especialmente a muscovita, a bentonita e o granito. Contudo a falta de incentivos por parte do estado tornou essa atividade pouco explorada. As principais conclusões foram que a mineração paraibana tem uma pequena participação no mercado internacional comparada a outros setores, no entanto, os empresários e empresas têm interesse no mercado e o potencial é evidente.

Palavras-chave: exportações, Paraíba, mineração, minerais, comércio exterior.

Abstract: This article is a cut of the export market of ores from Paraíba, from 2013 to 2022, a sector that has a history of local exploration and growth potential. The objective of this research was to highlight the main minerals exported in Paraíba, their uses and destination. The methodology used was quantitative, through data collected on the Comex Stat platform of the last 10 years of each mineral; followed by interviews with experts and leaders of the Paraíba market to perform the analysis and point out potential. The mining sector of Paraíba showed potential for growth, due to the mineral abundance of the state, especially muscovite, granite and bentonite. However, the lack of incentives by the state made this activity little explored. The main conclusions were that mining in Paraíba has a small share in the international market compared to other sectors, however, entrepreneurs and companies have an interest in the market and the potential is evident.

Keywords: export, Paraíba, mining, minerals, foreign trade.

¹ Esta publicação é fruto de pesquisa realizada vinculada ao Projeto “Comércio exterior e a internacionalização da Paraíba: Conhecer e Aprender para Desenvolver e Inovar - Comex PB CADI” Edital Nº 24/2022 Programa de educação tutorial à inovação - PETI Paraíba, da FAPESQ-PB, financiado com bolsas PETI.

1 INTRODUÇÃO

A internacionalização dos setores produtivos da Paraíba, dentre os quais a mineração se encontra inserida, é uma atividade que vem sendo desenvolvida ao longo dos anos. O presente estudo tem como alvo fazer um levantamento das pesquisas já realizadas sobre o setor minerador paraibano, conhecer seus produtos e suas finalidades, para que assim seja possível propor melhorias nas organizações envolvidas e auxiliar na inovação do setor para que essa internacionalização aconteça na sua plenitude.

Este artigo foi dividido em três partes de levantamento de dados. Primeiramente, apresenta-se as pesquisas bibliográficas de publicações já existentes sobre o tema, que foram de suma importância para compreender como ocorria a exploração mineral no estado e selecionar os objetos de estudo principais. Em seguida, por meio da plataforma de base de dados Comex Stat, foi possível encontrar, extrair e demonstrar dados e informações de como o setor se comportou nessa última década, levando em conta os minérios e seus derivados. E por fim, entrevistas com experts da área do comércio exterior que atuam na Paraíba.

A partir das informações obtidas, percebeu-se a potencialidade dos minerais extraídos na Paraíba como produtos passíveis de exportação, além de ter sido possível destacar o potencial de alguns minerais em ascensão no mercado. Vale ressaltar que, além do referencial bibliográfico lido previamente, para melhor compreensão dos mercados analisados, foram realizadas pesquisas individuais sobre os usos de cada material selecionado e quais são os principais países importadores, a fim de compreender quem é o público comprador atual e assim sugerir direcionamentos acerca do que mais pode ser feito para desenvolver essa atividade na Paraíba de maneira sustentável para os próximos anos e décadas. Essas informações serão apresentadas no decorrer deste artigo.

2 A NECESSÁRIA OU INEVITÁVEL INTERNACIONALIZAÇÃO DA PARAÍBA

Em um mundo globalizado como o que vivemos hoje, a internacionalização é mais que uma realidade, é uma necessidade que possibilita a permanência nos mercados. Trata-se de uma configuração um tanto inevitável em que diversos países e empresas se encontram, visto que a maioria dos setores produtivos atualmente se interligam. Dessa forma, a internacionalização constitui uma das áreas que fez aumentar as probabilidades de crescimento e até de manutenção nesse mercado; o desenvolvimento das exportações é uma das formas de crescer e se manter, conforme Quinanga (2018).

Durante séculos, as relações comerciais estavam limitadas pelas fronteiras geográficas, mas na atualidade, graças ao desenvolvimento acentuado das tecnologias da informação e de comunicação, consegue-se conhecer necessidades, interesses e motivações em escala global, permitindo a existência de um processo de internacionalização (Berto, 2004 *apud* Quinanga, 2018, p. 11).

Pode-se acrescentar que junto à cultura digital e às tecnologias digitais da comunicação e informação (TDCIs) também vieram as melhorias das tecnologias logísticas de transporte e de produção e, assim, não apenas se consegue saber praticamente em tempo real quais as necessidades, motivações e interesses das pessoas em diversas culturas e países, como também se conseguem atender rapidamente tais demandas, tornando a ideia de “aldeia global” mais presente. Afinal, o que antes parecia longe, agora, com as tecnologias, foi se aproximando. Portanto, a internacionalização é agora uma necessidade e realidade próxima, praticamente inevitável para quem queira continuar se mantendo e prosperando no mercado.

Meyer (Dias, 2007) diz que a internacionalização é um processo que permite às empresas desenvolverem atividade de valor fora da sua origem, demonstrando que conseguem ser competentes para além do seu habitat natural. E completa Monteiro (2016, p.17) dizendo que essa internacionalização inicial pode ser primeiro perto de casa. Afirma ela que “as empresas tendem a explorar mercados que conhecem melhor e onde a incerteza e o risco são menores, ampliando gradualmente as suas atividades no exterior à medida que aumentam o seu conhecimento acerca dos mercados”.

Inclusive, pode ser esse um dos caminhos para a internacionalização da Paraíba. Fleury, Teixeira e Schmidt (1981, p. 7) afirmam que a internacionalização de forma crescente é um processo que trará bons resultados a partir de boas tomadas de decisão, com formas de operação que levam em conta escolhas estratégicas de mercados internacionais em que se irá atuar. Segundo os autores, são esses pontos fundamentais para se ter sucesso no processo de internacionalização, e a exportação pode e tende a ser a etapa inicial da implantação prática desse processo, embora isso não seja uma regra, pois existem várias outras formas de iniciar uma internacionalização.

No Brasil, as políticas de incentivo às exportações passaram a ter mais foco e esforço do governo federal após a queda na demanda externa registrada em 2008 e anos próximos, especialmente decorrente de uma crise financeira iniciada nos Estados Unidos (EUA) que repercutiu internacionalmente. Na época, o governo agiu fortalecendo o Programa de Aceleração do Crescimento (PAC), e nele estava presente o incentivo às exportações, inclusive com empresas brasileiras indo prestar serviço no exterior, financiadas com recursos do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico Social (BNDES).

Mas como dito, o foco principal seguiu sendo as grandes empresas. Enquanto isso, para a maioria das empresas nacionais, formada por micro, pequenas e médias empresas (MPMEs), o processo de internacionalização ainda é considerado recente ou inexistente. Como os autores Fleury, Meira e Schmidt (1981) detalham, as pequenas e médias empresas muitas vezes se mantêm apenas na primeira etapa de internacionalização, que é a exportação *indireta* (realizada através de *tradings*, cooperativas, outras grandes empresas exportadoras ou agentes exportadores), pois exige menor envolvimento e menor risco para a empresa, mesmo que isso possa implicar menor possibilidade de ganho. Já uma empresa que ousa mais e consegue consolidar o seu mercado no exterior, assumindo suas atividades de exportação pelo método *direto*, assume mais riscos, profissionaliza-se mais na área, internacionaliza-se mais rapidamente e tende a ter maiores ganhos no médio e longo prazo.

3 A INTERNACIONALIZAÇÃO DO SETOR MINERADOR DA PARAÍBA

As atividades relacionadas à mineração vêm se destacando positivamente ao longo dos anos no estado da Paraíba, segundo Vasconcelos (2006). A rica formação geológica paraibana cobre cerca de 98% de seu território (Ifram, 2010), isso faz com que a sua exploração estratégica possa abastecer importante parcela dos mercados e das indústrias que demandam tais produtos, em diversos setores, tais como: química, porcelanato, extração de petróleo e, consideravelmente, construção civil (Morais, 2017, p. 6).

Ainda segundo Ifram (2010, *apud* Morais, 2017, p. 6), essa exploração mineral aproxima-se dos R\$ 200 milhões por ano. Registra-se que a maior concentração dessas atividades mineralógicas ocorre na mesorregião do Seridó, em que há exploração das rochas ornamentais (quartzitos, bentonitas, argilas e granitos), da turmalina-paraíba e de outros minerais (Lima Sobrinho et al., 2014). Acrescenta-se ainda que, dentre os minerais citados que são explorados no estado, temos o destaque da bentonita. As reservas de bentonita são bem significativas em nível mundial; no Brasil, sabe-se que existe 31.388×10^3 toneladas (t) de área mineral, sendo a Paraíba o segundo estado em potencial de produção com 24,5% desse total, atrás apenas do estado do Paraná, que concentra 48% da área total desse minério (Silva, 2010).

Segundo Coelho e Cabral Junior (2010), a bentonita tem aproximadamente 140 tipos de usos industriais (principalmente em atividades de perfuração do mercado de petróleo e gás), e tende a aumentar o seu consumo em países em desenvolvimento. Fora seu uso industrial, é usada no mercado para animais de estimação (pets), na composição de areias e fraldas para cães, gatos, hamsters etc. Ambos os mercados apontam constante crescimento nos últimos anos, um bom indicativo para o impulsionamento do estudo de exploração no estado proposto. O estado da Paraíba, em 2005, foi apontado como o principal produtor de bentonita bruta e beneficiada, com nove empresas de lavra ativa (Coelho et al., 2010).

Outro mineral destaque nas reservas paraibanas é a mica (muscovita). Segundo a Agência Nacional de Mineração (ANM, 2013), o Brasil comporta reservas lavráveis de mica superiores a 5 milhões de toneladas; dentre os locais do Nordeste citados, incluem-se a Paraíba, Rio Grande do Norte e Ceará. E municípios da Paraíba que se destacam nessa atividade garimpeira são: Picuí, Pedra Lavada, Nova

Palmeira e Frei Martinho. Apesar de a mica ser, geralmente, um subproduto da extração de outros grupos minerais (como o feldspato e o quartzo), sua produção em placas e em pó gera um bom retorno no mercado (ANM, 2013), tanto na sua forma bruta (a mais comercializada no meio da exportação) quanto sua forma manufaturada “mica em placas/folhas”.

4 METODOLOGIA

O presente estudo adotou uma abordagem mista (qualiquantitativa) para analisar o crescimento do mercado da mineração na Paraíba, considerando as relações comerciais do estado como exportador e importador durante os últimos 10 anos (2013-2023). Os dados utilizados foram fornecidos pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio (Comex STAT) e pelo Guia de Comércio Exterior e Investimento (TradeMap), em conjunto com a revisão bibliográfica, para traçar um parâmetro histórico de exportação no Brasil e na Paraíba, além de investigar os principais produtos potenciais aos negócios.

O primeiro passo foi ver quais seriam as NCMs que se enquadraram como minérios exportados pela Paraíba. Após pesquisa sobre o assunto, foram selecionados os materiais rochosos, granito e quartzo; a argila, bentonita; por último, o mineral em sua forma bruta, a mica, para a elaboração das tabelas de países importadores, visto que são os materiais de maior extração e exportação no estado (foi considerado aqui um valor de exportação em FOB* maior que US\$ 100 mil por ano de cada material). Para gerar os dados seguintes, foi utilizada a Nomenclatura Comum do Mercosul (NCM) dos produtos exportados:

- 25161200, 25161100 e 68022300 incluem todos os derivados do granito (em sua maior parte, como matéria bruta);
- 38029020 e 25081000 referentes à argila bentonita;
- 25061000 e 25062000 referentes ao quartzo;
- 25161200 referente ao granito;
- 25251000 referente à mica.

Em um segundo momento, foram realizadas entrevistas com experts e líderes do mercado de exportação e importação paraibana, que aqui serão identificados como: Entrevistado A, B e C. Consistiam em perguntas sobre como se encontra o cenário atual da Paraíba no mercado de exportação, quais as dificuldades encontradas pelos empresários e possíveis soluções para serem aplicadas para dinamizar a internacionalização das empresas, setores e do estado da Paraíba. As informações obtidas com as entrevistas foram tratadas de forma qualitativa, com base no que foi relatado em comparativo com os dados mostrados pelos relatórios quantitativos de exportação.

5 ANÁLISE DOS DADOS

A exploração mineral da Paraíba mostrou crescimento ao longo dos anos, com isso surgiu o interesse no desenvolvimento do mercado de exportação dos produtos extraídos. Apesar do potencial apontado anteriormente, a região apresenta desafios em relação à infraestrutura local, maquinário rústico, dificuldades de transporte, dentre outros. Por consequência, nem todas as mineradoras adentram o mercado exportador, mesmo com a presença de minerais em abundância.

5.1 Bentonita

A mistura de argilas impuras a que se dá o nome de bentonita tem diversos usos tanto na indústria quanto em produtos domésticos. Em larga escala, pode ser utilizada como impermeabilizante de solo, para fins de contenção de grandes volumes de água (lagoa, barragens, represas etc.), selante e outros usos similares (Bentonisa S.A, [s.d.]). Já no dia a dia, está presente em objetos como os de porcelanas, e é utilizada também em artigos para o mercado pet, como areias higiênicas, cuja demanda tem crescido

significativamente nos últimos anos. Sabendo dos possíveis usos do produto em questão, pode-se compreender melhor o aumento das exportações.

No ranking de países importadores da bentonita produzida pela Paraíba no último decênio, temos como destaque o Equador, seguido do Uruguai e do Paraguai. Em um relatório gerado pelo Comex Stat em 2022, os dois primeiros países, respectivamente, têm em sua lista de importações produtos químicos e materiais de obras diversas. Já o Paraguai foi destaque em 2016 como maior país importador de produtos brasileiros para pets de modo geral, e acredita-se que esse mercado cresça cada vez mais em todos os países.

Tabela 1 – Exportações de bentonita* pela Paraíba (2013 a 2022)

País	US\$	%
Equador	331.398,00	31,4%
Uruguai	242.082,00	23,0%
Paraguai	159.014,00	15,1%
Colômbia	138.523,00	13,1%
Venezuela	105.232,00	10,0%
Panamá	40.170,00	3,8%
Argentina	22.819,00	2,2%
Bolívia	9.353,00	0,9%
Chile	3.483,00	0,3%
Gana	1.732,00	0,2%
Peru	152	0,0%
Total	1.053.958,00	100,0%

Fonte: Elaboração própria com base em dados do ComexStat (2023).

Nota: *Inclui os NCMs: 25081000 e 38029020.

O histórico mais detalhado dos mesmos países aponta uma grande variação no decorrer dos anos. Começando em 2013, notam-se 4 países como principais importadores da Paraíba: Equador, Paraná, Uruguai e Venezuela, mas a constância da compra do insumo continuou apenas para o Equador, em queda, e o Uruguai de forma descontínua. A partir de 2015 até 2020, diminuiu consideravelmente a procura pelo produto (considerado das duas formas: matéria bruta e o minério ativo). Pode-se associar essa baixa com o período de desvalorização da moeda de vários países sul-americanos, o que causou uma desaceleração no crescimento e desenvolvimento desses países, além da economia estagnada na qual o Brasil se encontrava nesse período, o que tornou difícil o investimento por parte de vários empresários no crescimento do mercado externo. Em 2021 e 2022, as exportações retornaram com mais força, e países como Colômbia e Uruguai se destacam dentre os maiores importadores desse insumo.

Tabela 2 – Países importadores de bentonita da Paraíba – 2013-2022

Países	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	-2021	2022
Argentina	0	0	0	0	7.560,00	0	0	0	0	15.259,00
Bolívia	957	0	0	1.027,00	817	432	0	250	5.870,00	0
Chile	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10.835,00
Colômbia	0	37.635,00	1.650,00	0	0	0	15	24	25.303,00	73.896,00
Equador	31.865,00	49.224,00	32.725,00	63.986,00	88.578,00	32.105,00	8.656,00	12.984,00	6.660,00	4.615,00
Gana	375	0	0	324	0	0	0	0	1.033,00	0
Paraná	33.920,00	6.250,00	0	0	0	0	0	0	0	0
Paraguai	0	0	11.861,00	0	15.069,00	10.424,00	10.424,00	9.780,00	60.667,00	40.789,00
Peru	0	0	0	0	0	0	0	152	0	0
Uruguai	15.237,00	25.277,00	0	0	7.151,00	0	6.012,00	0	105.922,00	82.483,00
Venezuela	82.354,00	40.916,00	37.264,00	0	0	0	0	0	0	0
Total**	164.708,00	159.302,00	83.500,00	65.337,00	119.175,00	42.961,00	25.107,00	23.190,00	205.455,00	227.877,00

Fonte: Elaboração própria com base em dados do ComexStat (2023).

Nota: *Inclui os NCMs: 25081000 e 38029020.

É relevante mencionar que o período da volta desse mercado se deu um ano após a pandemia, momento em que os empresários estavam se reestruturando e visando às novas necessidades dos consumidores. Os setores que tiveram alta nesse período foram o da construção civil e o mercado de pets (como mencionado anteriormente), ambos mercados que demandam produtos que têm em sua composição a bentonita. Vale destacar que o de pets apresenta maior perspectiva de crescimento a curto prazo, devido à mudança significativa desse mercado nos últimos anos, com mais adoções e maior zelo aos animais e seus devidos cuidados. Já o crescimento da construção civil se voltou mais a obras relacionadas a indústrias pesadas e químicas (como a instalação de poços de petróleo, controle selante para represas, barragens, ou impermeabilizantes de solos para construção de aterros sanitários), ou seja, levando em consideração essa tendência mundial de maior preocupação com os cuidados com o meio ambiente e com o tratamento de poluentes.

Tabela 3 – Total de exportações paraibanas de bentonita, ano 2022

Países	UF do Produto	Código NCM	Descrição NCM	US\$	%
Colômbia	Paraíba	38029020	Bentonita (matéria mineral natural ativada)	73.896,00	32,4%
Uruguai	Paraíba	38029020	Bentonita (matéria mineral natural ativada)	72.801,00	31,9%
Paraguai	Paraíba	25081000	Bentonita	21.988,00	9,6%
Paraguai	Paraíba	38029020	Bentonita (matéria mineral natural ativada)	18.801,00	8,3%
Argentina	Paraíba	38029020	Bentonita (matéria mineral natural ativada)	15.259,00	6,7%
Chile	Paraíba	38029020	Bentonita (matéria mineral natural ativada)	10.835,00	4,8%
Uruguai	Paraíba	25081000	Bentonita	9.682,00	4,2%
Quador	Paraíba	38029020	Bentonita (matéria mineral natural ativada)	4.615,00	2,0%
Total Exportado em 2022				227.877,00	100,0%

Fonte: Elaboração própria com base em dados do ComexStat, Ministério da Economia (2023).

Ao analisar os dados de exportação do último ano, 2022, percebe-se que todos os países que mais importam esse produto são da América do Sul, mostrando uma possível proximidade comercial com o Brasil. Pode-se observar também que o insumo mais procurado é o mineral natural ativado, apontando uma preferência dos interessados pelo material já com um tratamento prévio.

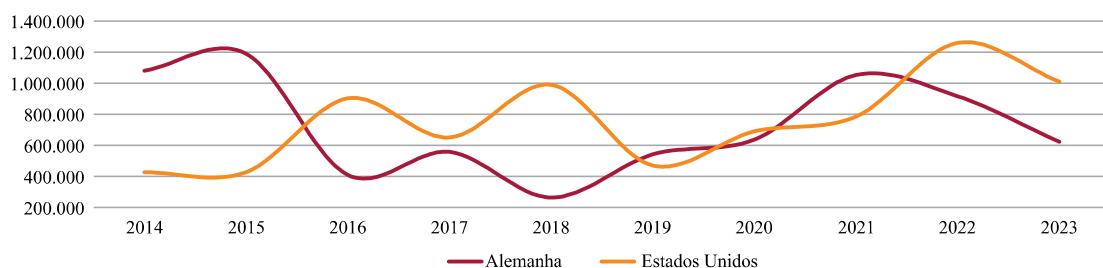
5. Mica

Mica é a denominação genérica de minerais do grupo dos filossilicatos, cujas variedades mais comuns do ponto de vista comercial são: muscovita (sericita), biotita, flogopita, lepidolita e vermiculita (ANM, 2013). Segundo a ANM (2013), o tipo mais comum comercializado desse mineral é a muscovita, normalmente em forma de placas ou moída, ambas as formas são encontradas nas pesquisas feitas até os dias atuais. A utilização da mica no mercado tanto nacional quanto internacional se faz mais presente na área de eletrônicos e cosméticos. Isso é possível devido a suas propriedades de alta resistência dielétrica e excelente estabilidade química, sendo um material requisitado em placas-mãe (para computadores), confecção de capacitores e como isolante em equipamentos de alta-voltagem (Ong Ecodigital, 2015). Um eletrodoméstico comum no dia a dia que contém uma peça-chave de mica é o micro-ondas. Por ser resistente ao calor, uma placa de mica presente no produto garante a integridade do circuito, já que evita que os condutores metálicos e cabos se fundam.

A outra característica desse mineral é o seu brilho ou efeito “perolado”. A mica pode ser encontrada em diversas cores, sendo as mais comuns: vinho, bronze, dourada e prata. Por não ser um mineral tóxico ou que cause danos à saúde, passou a ser utilizado em cosméticos e maquiagens, como xampus e sabonetes líquidos (Tulípia, [s.d.]). Também é o principal componente de cosméticos ecológicos como o *glitter* biodegradável.

Devido às propriedades mencionadas acima, podemos analisar os dois maiores compradores de mica produzida pela Paraíba: Estados Unidos e Alemanha. Observa-se que ambos os países importam a forma bruta do produto. Mesmo vendido sem muito valor agregado (na forma bruta), os valores dessas exportações ao longo de quase uma década, como demonstrado no gráfico abaixo, tem apresentado volumes financeiros expressivos.

Gráfico 1 – Variação no volume* de exportação de mica para Alemanha e Estados Unidos - 2014 a 2023 (em dólar FOB)**



Fonte: Elaboração própria com base em dados do ComexStat, Ministério da Economia (2023).
Notas: *Valores cotados em preço médio base de exportação (FOB U\$); **NCM: 25251000.

Pode-se ainda associar o valor de importações de mica, principalmente, a uma de suas principais atividades econômicas: a produção de equipamentos eletrônicos e maquinário de grande porte. Importante ressaltar também que, desde 2016, a Alemanha teve um crescimento gradual de consumidores à procura de produtos naturais e menos prejudiciais à saúde, o que fez a produção crescer, acompanhada da necessidade de maior importação da mica. (Mordor Intelligence, 2022).

5.3 Granito

O granito é considerado uma rocha ornamental que tem diversos usos, mas é reconhecida principalmente em projetos arquitetônicos. Portanto, as formas mais requisitadas são blocos ou placas de formato quadrado bruto, tornando o granito um material versátil para o comprador.

Tabela 4 – Países importadores de granito* da Paraíba – 2018-2023**

Países	2018	2019	2020	2021	2022	2023
China	2.237.918,00	2.743.054,00	2.252.770,00	2.195.141,00	2.337.130,00	838.326,00
Itália	1.350.150,00	2.454.103,00	1.768.093,00	2.406.054,00	2.380.840,00	472.831,00
Espanha	257.818,00	257.914,00	161.549,00	84.328,00	0,00	46.548,00
Taiwan	0,00	0,00	35.354,00	92.234,00	116.399,00	43.218,00
Estados Unidos	111.428,00	43.603,00	609.157,00	432.516,00	46.082,00	19.130,00
Total	3.957.314,00	5.498.674,00	4.826.923,00	5.210.273,00	4.880.451,00	1.420.053,00

Fonte: Comex Stat, 2023.

Notas: *Inclui os NCMs: 25161200, 25161100 e 68022300; ** Dados de 2023 incompletos tendo em vista que foram coletados ainda no primeiro semestre de 2023.

Os últimos minerais analisados tiveram um valor de exportação anual bem maior que os anteriores citados, mostrando-se um mercado mais consolidado em comparação com os demais. Como observado na Tabela 4, nos últimos 5 anos os países que lideraram as importações do produto em ordem crescente foram China, Itália, Espanha, Taiwan e EUA. Os dados da tabela ainda mostram que as exportações com destino à Espanha se mantiveram estáveis entre os anos de 2018 e 2021, contudo não há registros no ano de 2022, mas a comercialização retornou já no ano de 2023. Além disso, não houve exportações para Taiwan durante os anos de 2018 e 2019, porém se iniciaram as transações comerciais no ano de 2020 e se mantiveram regulares até 2023.

5.4 Panorama do Mercado Exportador Paraibano

Para obter informações atualizadas sobre o mercado exportador paraibano, foram realizadas entrevistas com experts do comércio exterior, os quais trouxeram um panorama de como se encontra o mercado paraibano atualmente, os acertos dos empresários e as dificuldades encontradas por eles, e quais possíveis melhorias poderiam ser feitas por parte do estado ou pelos próprios empresários. Para o presente artigo, em especial, destacamos a participação de três entrevistados.

Sobre a participação da Paraíba no mercado internacional atual, segundo o especialista convidado ‘Entrevistado A’, ex-técnico do Programa de Qualificação para a Exportação (PEIEX) na Paraíba e hoje

consultor para o comércio exterior em empresas, os atores que fomentam os empresários a exportar e os auxiliam a buscar novos mercados Brasil afora agem de maneira desconexa um com o outro. Mesmo assim, há setores que se destacam no cenário internacional, como o de calçados, a indústria têxtil, a mineração presente com a venda de porcelanatos e granito bruto, e empreendedores do ramo alimentício.

Quanto às dificuldades enfrentadas pelos empresários, várias foram citadas: a falta de infraestrutura da cidade (rodovias precárias e a necessidade de reparos no porto de Cabedelo), baixos incentivos fiscais por parte do estado e, principalmente, a distância entre o empresário e o mercado exportador. Sobre o último ponto, a Entrevistada B, hoje consultora e especialista em produtos para importação e exportação, relatou que os empresários participavam de ações e projetos isolados sobre comércio, mas não visualizavam a prática no mercado exterior e, diante das dificuldades nos diversos processos exigidos, acabavam por não finalizar o projeto de internacionalização; em resumo, a falta de capacitação ou de agentes capacitados causa esse distanciamento entre o empresário produtor interessado e um possível mercado em ascensão. Esse empecilho encontrado pelos empresários foi relatado por todos os experts ouvidos, com destaque para a falta de diálogo entre os profissionais capacitados e os empresários, pois as ações são realizadas de forma isolada da comunidade e, principalmente, dos estudantes em formação, agravando esse distanciamento.

Dentre os acertos, pontos positivos e possíveis melhorias a agregar ao mercado paraibano, destaca-se a trajetória relatada pelo Entrevistado C, responsável atual pelo projeto de internacionalização da fábrica de móveis planejados Essanto. O CEO fundador atualmente trabalha em uma rede de empresas e fábricas do setor moveleiro, e essa rede faz com que os empresários vejam que é possível ascender em seus respectivos setores e assim planejar uma futura entrada no mercado de exportação. Essa estratégia poderia diminuir um acontecimento relatado pelo expert A: “vivemos em um mercado sozinho e as empresas acabam competindo umas com as outras, como adversários”.

Pensando nessa perspectiva, imagina-se que uma rede como essa do setor moveleiro poderia ser implementada no setor minerador, com as empresas que extraem bentonita, granito e outros produtos do mercado da construção civil, não somente para manter essa ligação por meio de cooperativas visando à produção, mas também uma rede que coopere visando à comercialização para o exterior com busca de novos mercados internacionais.

Um último ponto a ser destacado dentre as melhorias sugeridas é a necessidade de se ter mais políticas públicas e tornar o fomento à exportação um projeto diretamente ligado ao estado de forma contínua (e permanente). Para que isso aconteça necessário juntar e traçar um plano mais eficaz que pudesse trazer melhorias para os produtores, preparar melhor a inserção internacional dos micro e médios empreendedores e, por fim, fortalecer a atuação internacional de empresas e empresários já consolidados no mercado. Essa abordagem integrada urge para que a Paraíba efetivamente se internacionalize. Uma política de estado séria e contínua geraria confiança de adesão, e acredita-se que conseguiria englobar vários setores produtivos, principalmente os que se desenvolvem no interior do estado, como o extrativista, o têxtil e o agronegócio (agropecuária), sem se esquecer evidentemente dos demais setores industriais, de serviços, turismo e artesanato que também possuem perfil para internacionalização.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tendo em vista os dados apresentados sobre os três minerais principais extraídos no território paraibano – mica, bentonita e granito –, conclui-se que o fomento da exportação do setor minerador pode se tornar um dos mais relevantes caminhos para o desenvolvimento econômico no estado, comprovando que o comércio exterior tem a capacidade de atuar como desenvolvedor estratégico e dinâmico. Os volumes (valores) negociados e os países-destino mais relevantes foram apresentados concomitantemente com as correlações feitas através das entrevistas com especialistas na área, demonstraram potencial presente na Paraíba, como também os desafios para amplificar a conexão do estado e suas empresas com o mercado internacional de forma inovadora e competitiva.

De acordo com os especialistas ouvidos, os obstáculos como a falta de infraestrutura no estado, com estradas, aeroportos e portos aquém da necessidade, e o desconhecimento do empresariado paraibano sobre o comércio exterior e seu potencial constam como as principais causas de a Paraíba estar entre os últimos estados no ranking de exportação do País. Os especialistas alertaram também que as ações já existentes dentro do estado atuam de forma desconexa em relação às empresas e, consequentemente, contribuem para o distanciamento entre empresários e o comércio exterior. Por último, outro entrave relatado foi a constatação que dentro dos setores produtivos da Paraíba percebe-se a falta de união entre os empreendedores, que poderiam fortalecer-se mais através de cooperativas, associações e consórcios, para comercializar (comprar e vender) do exterior de forma conjunta, especialmente as empresas do mesmo setor que ainda não atuam no exterior. O desconhecimento sobre comércio exterior e a desunião dificultam exponencialmente a entrada das empresas no comércio internacional, pois se forem pequenas e quiserem atuar sozinhas, não terão escala nem de compra nem de venda, o que gera dificuldade de competitividade. Uma possível solução seria o governo e as entidades de apoio (cooperativas, associações e consórcios) promoverem a inserção internacional dessas empresas de forma coletiva.

Quanto ao setor minerador paraibano, ainda cabe destacar que através deste estudo realizado, percebe-se que é urgente a organização do setor no sentido de agregar mais valor aos produtos exportados (muitos deles exportados em bruto), difundindo conhecimento e orientação sobre o comércio exterior para os empresários do setor minerador paraibano, e fomentar ações mais estratégicas como a comercialização em conjunto para dar mais escala e poder de barganha ao negociar. Por conseguinte, a inserção dos minérios como bentonita, mica e granito de forma mais planejada é de suma importância para expansão econômica do setor, visto que são produtos muito úteis para diversos segmentos produtivos, como na construção civil, no mercado de pets, na fabricação de peças eletrônicas para computadores, na produção de cosméticos, dentre outros. Ou seja, concluímos que o minério paraibano tem valor e é requisitado; há apenas a necessidade de que o setor produtivo paraibano se organize para também agregar mais valor ao que produz e comercializa internacionalmente.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, S. **o uso do território do município de Pedra Lavrada PB pela mineração:** elementos de inserção como lugar do fazer no contexto atual da globalização. 2006. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2006. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/10904>. Acesso em: 4 dez 2025.

BENTONISA - BENTONITA DO NE S/A. **Informações do uso comercial do argilomineral bentonita.** Site: <https://www.bentonisa.com.br>. Acesso em: 4 dez 2025.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio. **COMELEX STAT:** Sistema para consultas e extração de dados do comércio exterior brasileiro. Disponível em: <https://comexstat.mdic.gov.br/pt/home>. Acesso em: 4 dez 2025.

_____. Guia de Comércio Exterior e Investimento – **Invest & Export.** Website com informações de negócio e de investimentos. Disponível em: <https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/invest-export-brasil>. Acesso em: 4 dez 2025.

COELHO, J. M.; CABRAL JUNIOR, M. Estudo prospectivo da bentonita: tendências de mercado. In: SIMPÓSIO DE MINERAIS INDUSTRIALIS DO NORDESTE, 2., 2010, Campina Grande. **Anais...** Parte I - Bentonitas. Campina Grande: CETEM/UFPE, 2010. p. 9-22.

DIAS, M. C. da C. F. **A internacionalização e os fatores de competitividade: O caso Adira.** Dissertação (Mestrado) – Ciências Empresariais - Especialização em Marketing, Universidade do Porto (UP), Porto (PT).

FLEURY, P. F.; TEIXEIRA, R. M.; SCHMIDT, A. M. R. A decisão de exportar e a escolha de mercados de exportação: dos aspectos conceituais às práticas gerenciais nas empresas brasileiras produtoras de manufaturados. **Revista de Administração de Empresas**, Rio de Janeiro, v. 21, n. 3, p. 7-13, jul./set., 1981.

LIMA SOBRINHO, P. C.; BARROS, P. S. S.; SOUZA, F. de A. Cooperativismo e a atividade mineral no município de Várzea-PB. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE GESTÃO AMBIENTAL E SUSTENTABILIDADE, 2., 2014, João Pessoa. **Anais...** João Pessoa: UFCG. 2014.

LIMA, Thiers Muniz. Mica. Departamento Nacional de Produção Mineral - DNPM/Sede. Disponível em: <https://www.gov.br/anm/pt-br/centrais-de-conteudo/anm/sumarios/sumario-mineral-2014/view>. Acesso: dez 2025

MEYER, R. **The internationalization process of the firm revisited:** explaining patterns of geographic sales expansion, management report, 300, Eramus University, Rotterdam, 1996.

MORAIS, P. R. de B. M. **A exploração mineral de quartzito como alternativa de desenvolvimento local:** Um estudo de caso do município de Várzea-PB. João Pessoa: Trabalho de Conclusão de Tecnólogo no Curso Superior de Tecnologia em Gestão Pública da Universidade Federal da Paraíba: artigo, 2017. 33f.

MORDOR INTELLIGENCE. **Produtos de beleza e cuidados pessoais da Alemanha - crescimento, tendências e previsões (2023 - 2028).**

PEROBELLI, F. S.; JUNIOR BETARELLI, A. A.; VALE, V. de A.; CUNHA, R. G. Impactos econômicos do aumento das exportações brasileiras de produtos agrícolas e agroindustriais para diferentes destinos. **Rev. Econ. Sociol. Rural**, v. 55, n. 2, abr.-jun., 2017, Juiz de Fora/MG.

QUINANGA, F. **Estratégia de internacionalização:** uma análise na ótica de cooperação empresarial. 64 f. Dissertação (Mestrado) – Estratégia de Investimento e Internacionalização, Instituto Superior de Gestão (ISEG), Lisboa (Pt). Disponível em: <https://comum.rcaap.pt/entities/publication/62ff3aee-b9ba-4b84-a809-1992ee4b9524>. Acesso: dez 2025

SEIDEL, M. A.; LIMA, G. F. da C; SILVA, E. **Panorama da mineração na Paraíba:** a industrialização como promessa de desenvolvimento. Pós-graduação em Desenvolvimento e Meio Ambiente na Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa.

SILVA, T. H. C. da. **Bentonita.** Departamento Nacional de Produção Mineral - DNPM/Sede.

TULÍPIA DERMOCOSMÉTICOS. **Uso da mica na composição de produtos.** Site: <https://tulipia.com.br/principios-ativos-cosmeticos/mica>. Acesso: dez 2025