

---

## TENTATIVA DE AVALIAÇÃO DA POLÍTICA REGIONAL DE PROMOÇÃO DE EXPORTAÇÕES

---

M. Cleide Carlos Bernal (\*)  
Técnica em Desenvolvimento Econômico  
do ETENE/BNB

### 1. INTRODUÇÃO

O crescimento das exportações nordestinas, principalmente de produtos manufaturados, vem sendo considerado variável estratégica na manutenção ou incremento das atuais taxas de crescimento da economia regional. Das vendas externas dependerá, de certa forma, a consolidação do processo de industrialização e a modernização da agricultura do Nordeste, uma vez reconhecida a debilidade do mercado interno.

O setor exportador, apesar de não possuir ainda mecanismo autopropulsor para alcançar os índices de crescimento desejados a médio e longo prazos, tem mostrado acentuado dinamismo nos últimos anos (1972-74). Porém, a pauta de exportação ainda é bastante concentrada, com uma contribuição preponderante de produtos básicos.

De outra parte, o Nordeste, regra geral, tem participação marginal nos mercados internacionais de seus principais produtos de exportação, bem como está a depender, basicamente, de dois grandes centros consumidores — o mercado norte-americano e o Mercado Comum Europeu. Essa participação marginal, por um lado, favoreceu a Região no atual período de crise da economia mundial, desde a segunda metade do ano de 1973, que pode assim permanecer quase à distância da crise.

Considerando que o Nordeste dispõe de condições favoráveis e vantagens comparativas para penetração no mercado externo, é provável que, mais cedo ou mais tarde, possa vencer as barreiras atualmente existentes.

---

(\*) A autora agradece a colaboração do Superintendente-Adjunto da SUDENE, Firmo Fernandes de Castro e do técnico do BNB José Amâncio de Oliveira Carvalho.

A preocupação atual é detectar os resultados que o Nordeste pôde obter depois da instituição dos incentivos fiscais concedidos pelo Governo, embora a Região não se tenha beneficiado de todos na mesma proporção que outros Estados. Também cabe investigar os resultados obtidos com a atuação dos PROMOEXPORTs na Área, desde 1971, principalmente no que se refere às exportações de manufaturados.

## 2. CARACTERÍSTICAS DO SETOR EXPORTADOR

No passado, as exportações internacionais de cacau, açúcar, algodão, fumo e outros produtos de base representaram importante suporte para a expansão da economia do Nordeste. Nos últimos anos, entretando, vem diminuindo o grau de dependência da economia regional com relação ao desempenho do comércio dessas mercadorias.

No período 1967/1974, as exportações nordestinas quadruplicaram de valor, registrando um incremento de 407%, índice considerado extraordinário e atribuído à mudança da política econômica do Governo Federal. Em termos absolutos, as vendas internacionais do Nordeste se elevaram de 277 milhões para 1.405 milhões de dólares, nesse período. Convém ressaltar que o crescimento observado foi basicamente determinado pelos resultados dos últimos cinco anos, pois até 1968 o setor manteve taxas de crescimento bastante reduzidas.

As condições vantajosas da procura no mercado internacional, refletidas através da maior absorção dos produtos tradicionais nordestinos pelos grandes centros consumidores e de uma conjuntura de preços favoráveis, foram responsáveis pelo desempenho observado no último quinquênio.

Por outro lado, a aceleração no crescimento dos negócios de exportação coincide também com a maturação da política de incentivos ao comércio exterior, posta em prática pelo Governo Federal, e com a implantação do Sistema Regional de Promoção de Exportações.

Na primeira metade do período em exame (1967/1974), o coeficiente de exportações regional<sup>(1)</sup> situou-se na faixa de 6 a 7,5%, não tendo decaído de maneira significativa em função, notadamente, do lento crescimento da economia, uma vez que as vendas externas expandiram-se timidamente. Em 1969, contudo, verificou-se um sensível incremento que alcançou 9%, contra 6,4% do ano anterior.

---

(1) Dado pela relação Exportações/Renda Interna (PIB).

No exercício subsequente, essa relação apresentou tendência de declínio, recuperando, todavia, em 1974 quando atingiu posição melhor que a de 1969.

Outro fato a destacar é que, no período analisado, o coeficiente de exportações regional foi, em geral, superior ao coeficiente de exportações nacional, embora este último tenha crescido de forma mais regular.

**Tabela 1**  
**Coeficiente de Exportação do Brasil e do Nordeste**  
**1967/74**  
**(Cr\$ milhões correntes)**

Anos	Nordeste			Brasil		
	Exportação	PIB (*)	Participação %	Exportação	PIB	Participação %
1967	713	10.416	6,8	4.265	61.506	7,0
1968	907	14.228	6,4	6.178	83.226	7,4
1969	1.637	18.371	9,0	9.214	110.274	8,3
1970	1.728	22.894	7,5	10.845	175.526	6,2
1971	2.135	31.040	6,9	15.374	234.727	6,6
1972	3.219	40.268	8,0	23.588	306.988	7,7
1973	4.452	51.865	8,6	37.828	406.221	9,3
1974	9.420	73.804	12,8	53.769	598.818	9,0

**FONTE:** CIEF — M.F./CACEX/F.G.V./SUDENE — Conjuntura Econômica — V.25 — No. 9 e V. 29 No. 4.

**NOTA :** (\*) Os dados do PIB do Nordeste de 1972, 1973 e 1974 são estimativas com base nas taxas de incremento fornecidas pela SUDENE. Inflacionaram-se os resultados obtidos com o Índice Geral de Preços.

Sob outro aspecto, a Região vem diminuindo paulatinamente sua contribuição para a formação nacional de divisas até 1973.

**Tabela 2**  
**Participação das Exportações Regionais nas Exportações Brasileiras**  
**1967/74**

Anos	Participação Regional (%)	Anos	Participação Regional (%)
1967	16,8	1971	13,9
1968	14,9	1972	13,6
1969	18,0	1973	11,9
1970	13,9	1974	17,7

FONTE: CACEX.

Com efeito, a participação regional na formação nacional de divisas não tem apresentado comportamento uniforme. Em 1974, o Nordeste contribuiu com 17,7% do valor das exportações nacionais; em 1967, esse dado era de 16,8%, chegando a alcançar 18%, em 1969, decrescendo até atingir os 11,9% em 1973.

Uma das características básicas do setor externo nordestino é a pequena diversificação da pauta de exportação, determinada pela elevada participação de um número limitado de produtos básicos. Com efeito, as exportações de cacau, açúcar, algodão, sisal, fumo, óleo de mamona, cera de carnaúba, lagosta, melão e castanha de caju correspondem atualmente a quase 80% das receitas regionais provenientes do comércio internacional. Em anos anteriores até 1969, a participação desses produtos chegara a quase 90%, como indica a Tabela 3.

Ressalte-se que, dentre os mencionados produtos, ainda existe uma forte concentração em torno de cacau e açúcar, que têm sido responsáveis, em média, por 45% das exportações. Deste modo, o comportamento dos negócios de exportação desses produtos vem afetando profundamente o setor exportador como um todo, tornando-o bastante vulnerável às suas flutuações no mercado externo. Em 1974, já se nota uma mudança estrutural, tendo o algodão praticamente desaparecido da

Tabela 3  
Principais Produtos Exportados pelo Nordeste  
1963/1969/1973/1974

Produtos	1963		1969		1973		1974	
	Valor US\$ 1.000	% sobre total	Valor US\$ 1.000	% sobre total	Valor US\$ 1.000	% sobre total	Valor US\$ 1.000	% sobre total
Açúcar	60.022	24,2	99.637	24,0	201.083	27,6	516.928	36,8
Cacau	49.771	20,1	132.523	31,9	131.100	18,0	305.974	21,8
Algodão	26.646	10,8	33.934	8,2	29.378	4,0	18.546	1,3
Óleo de Mamona	11.713	4,7	24.626	5,9	60.258	8,3	54.989	3,9
Sisal	36.438	14,7	18.788	4,5	59.244	8,1	113.865	8,1
Fumo	17.037	6,9	18.129	4,4	23.938	3,3	34.278	2,4
Lagosta	3.521	1,4	10.205	2,5	17.915	2,5	27.439	2,0
Melaço	463	0,2	6.826	1,6	25.524	3,5	50.140	3,6
Cera de Carnaúba	10.021	4,0	9.283	2,2	12.652	1,7	23.205	1,7
Castanha de Caju	652	0,3	4.644	1,1	10.099	1,4	14.531	1,0
SUBTOTAL	216.344	87,3	358.595	86,3	571.192	78,4	1.159.895	82,6
TOTAL	247.800	100,0	415.320	100,0	729.664	100,0	1.404.680	100,0

FONTE: CACEX.

pauta, enquanto outros produtos fortalecidos, como o óleo de mamona e o sisal, foram beneficiados com uma conjuntura de preços bastante favorável.

A vulnerabilidade do setor é provocada por diversos fatores: preços instáveis, restrições de demanda, aparecimento de sucedâneos e condições reduzidas de competitividade por parte da Região nos mercados dos seus principais produtos de exportação.

Outra característica do setor externo do Nordeste é a grande concentração espacial da atividade exportadora. De fato, os Estados da Bahia e Pernambuco contribuem atualmente com quase 70% do valor das exportações. Conforme dados da CACEX, as participações desses Estados, em 1974, foram de 37,8% e 31%, respectivamente. Até 1972, o Ceará ocupava o terceiro lugar como exportador regional, com a participação de 12,6% da pauta. Entretanto, a partir de 1973, o Estado de Alagoas passou a ocupar essa posição, já tendo contribuído com 15,8% da pauta em 1974. O Estado da Bahia figura como o principal exportador de cacau, óleo de mamona, fumo e sisal. Pernambuco e Alagoas concentram a maior parte das vendas externas de açúcar, e o Ceará é tradicional exportador de algodão, cera de carnaúba, lagosta e castanha de caju.

Tabela 4  
Participação dos Estados no Valor Total das Exportações do Nordeste  
1972/74  
(Em %)

Estados	1972	1973	1974
Maranhão	0,6	0,7	2,2
Piauí	0,6	0,6	—
Ceará	12,6	10,6	7,8
R. Grande do Norte	2,0	2,4	1,3
Paraíba	3,0	4,1	3,9
Pernambuco	33,8	27,6	31,0
Alagoas	11,5	13,3	15,8
Sergipe	0,0	2,2	0,2
Bahia	35,9	38,5	37,8
NORDESTE	100,0	100,0	100,0

FONTE: CACEX.

Além da ausência de diversificação da pauta e da centralização geográfica da atividade exportadora, identifica-se outra característica do setor externo regional: a concentração dos centros importadores. Os Estados Unidos e o Mercado Comum Europeu absorveram mais de 60% das vendas regionais nos anos de 1968 a 1970, cabendo aos primeiros mais de 40% e ao segundo, cerca de 20%. Em anos mais recentes, essa participação deve ter-se mantido quase inalterada, a exemplo dos principais produtos incluídos na Tabela 5. Apenas açúcar, castanha de caju e melão têm diversificado seus mercados.

Os Estados Unidos constituem o maior centro importador de cacau, açúcar, óleo de mamona, cera de carnaúba, lagosta e castanha de caju; a Alemanha Ocidental é o maior comprador de algodão; a Espanha, o maior comprador de fumo; e a Itália o maior importador de sisal.

**Tabela 5**  
**Destino dos Principais Produtos Exportados pelo Nordeste**  
**1971/73**  
**(Em %)**

Produtos	EUA			MCE			Outros		
	1971	1972	1973	1971	1972	1973	1971	1972	1973
Açúcar	71,6	47,6	34,4	2,8	4,4	1,1	25,7	48,0	64,5
Algodão	—	—	—	41,6	43,5	54,7	58,4	50,5	45,3
Cacau	41,7	46,8	42,6	14,0	10,9	13,6	44,3	42,3	43,8
Cera de Carnaúba	38,0	31,7	32,3	25,9	28,2	29,0	36,1	40,1	38,7
Castanha de Caju	78,6	80,5	82,1	0,2	1,0	3,8	21,3	18,5	14,1
Fumo	7,4	7,6	8,4	39,7	54,5	50,1	52,9	37,9	41,5
Lagosta	97,1	99,7	98,0	0,1	0,2	0,7	2,8	0,1	1,3
Melão	7,3	66,6	49,1	3,5	16,3	15,5	89,2	17,1	35,4
Óleo de Mamona	27,5	28,8	32,5	51,1	48,4	46,8	21,4	22,8	20,7
Sisal	22,0	16,9	11,9	48,1	45,1	49,5	29,9	38,0	38,6

FONTE: CACEX.

No que se refere aos produtos manufaturados, que representam atualmente 14% da pauta, os gêneros mais representativos são alimentos, têxteis e química, que contribuem com 51,2%, 25,7% e 13,1%, respectivamente, da classe. Como se vê na tabela 6, os outros gêneros participam com uma quase desprezível fração do total

do setor. Três gêneros tipicamente tradicionais vêm reduzindo sua participação relativa no período 1967/74: alimentos, bebidas e fumo.

Além do que foi detectado em linhas anteriores, o setor exportador nordestino vem-se inibindo frente a limitações infraestruturais, no que concerne às más condições dos portos, escassez de navios nos portos nordestinos e pequeno número de rotas marítimas com destino aos continentes africano e asiático, cujos mercados oferecem maior potencialidade aos produtos nordestinos.

Do exame das características do setor exportador do Nordeste, pode-se concluir que o mesmo se apresenta estruturalmente atrasado, evidenciando uma composição desfavorável da pauta de exportação e uma larga dependência aos mercados de um número reduzido de produtos básicos.



Tabela 6  
Exportações Nordesteiras de Manufaturados  
1967/74  
I - (US\$ 1.000)

Gêneros	1967	1968	1969	1970	1971	1972	1973	1974
Prod.Min.não Metá- licos	—	—	25	29	126	149	2.311	4.048
Metalúrgica	—	—	81	98	46	5	120	478
Mecânica	—	29	72	15	5.018	47	35	273
Material de comu- nicação	—	—	—	271	797	1.592	3.075	7.072
Mat. de transporte	—	—	704	—	360	—	—	—
Madeira	5	—	—	5	1.329	1.243	1.408	529
Mobiliário	—	—	—	—	—	2	5	50
Borracha	—	—	11	—	24	70	155	126
Couros, Peles prod. similares	—	—	—	—	34	30	53	200
Química	106	11	3.053	5.537	5.003	11.403	17.100	25.323
Prod.Farmac. veter.	—	—	—	—	—	21	4	2
Têxtil	1.905	1.628	2.454	3.045	3.182	5.732	18.664	49.599
Vest.calçados e art. de tecido	96	93	109	162	562	1.315	2.034	2.484
Prod.alimentares(1)	4.057	5.138	7.382	8.341	9.003	14.230	36.110	98.752
Bebidas	711	698	927	1.445	1.359	1.976	2.434	2.973
Fumo	215	343	319	314	571	694	594	659
Edit. e gráfica	—	—	2	1	1	—	1	0
Diversos	2	6	53	14	105	24	22	580
<b>TOTAL</b>	<b>7.097</b>	<b>7.946</b>	<b>15.192</b>	<b>19.277</b>	<b>27.520</b>	<b>38.543</b>	<b>84.125</b>	<b>193.153</b>

II - % sobre Total

Prod.Min.não Metá- licos	—	—	0,2	0,2	0,5	0,4	2,8	2,1
Metalúrgica	—	—	0,5	0,5	0,2	0,0	0,1	0,2
Mecânica	—	0,4	0,5	0,1	18,2	0,1	0,0	0,1
Mat.elétr.e de comu- nicação	—	—	—	1,4	2,9	4,1	3,7	3,7
Mat.de transporte	—	—	4,6	—	1,3	—	—	—
Madeira	0,1	—	—	0,0	4,8	3,2	1,7	0,3
Mobiliário	—	—	—	—	—	0,0	0,0	0,0
Borracha	—	—	0,1	—	0,1	0,2	0,2	0,1
Couros peles e prod. similares	—	0,1	—	—	0,1	0,1	0,1	0,1
Química	1,5	—	20,1	28,7	18,2	29,6	20,3	13,1
Prod.Farmac.veter.	—	—	—	—	—	0,1	0,0	0,0
Têxtil	26,8	20,5	16,2	15,8	11,6	14,9	22,2	25,7
Vest.calçados e art. de tecido	1,4	1,2	0,7	0,8	2,0	3,4	2,4	1,3
Prod.alimentares(1)	57,2	64,6	8,6	43,3	32,7	36,9	42,9	51,2
Bebidas	10,0	8,8	6,1	7,5	4,9	5,1	2,9	1,5
Fumo	3,0	4,3	2,1	1,6	2,1	1,8	0,7	0,3
Edit. e gráfica	—	—	0,0	0,0	0,0	—	0,0	—
Diversos	0,0	0,1	0,3	0,1	0,4	0,1	0,0	0,3

FONTE: CACEX — Banco do Brasil S.A.

Nota: (1) Inclui melaço.

### 3. O SISTEMA REGIONAL DE PROMOÇÃO DE EXPORTAÇÕES

#### 3.1. Estrutura Organizacional

Em fins de 1970, a SUDENE tomou a iniciativa de atuar na Região como agente catalizador dos esforços de promoção de exportações que se iniciaram no âmbito estadual, planejando e instituindo o Sistema Regional de Promoção de Exportações, que teve o apoio do Banco do Nordeste.

O objetivo principal do Sistema é estimular a diversificação e ampliação das exportações nordestinas, notadamente as de produtos manufaturados, e tornar o setor menos dependente dos produtos básicos tradicionais.

O Sistema compreende os segmentos: Núcleo Central, operando dentro da Divisão de Indústria e Comércio da SUDENE; três importantes Núcleos Promocionais (PROMOEXPORTs), nos Estados do Ceará, Pernambuco e Bahia; três outros localizados nos Estados do Rio Grande do Norte, Paraíba e Alagoas; e Banco do Nordeste do Brasil.

As diretrizes básicas da política regional de promoção de exportações são formuladas pelo Núcleo Central, Banco do Nordeste e PROMOEXPORTs. Estes últimos funcionam como órgãos de representação e congregação dos interesses dos setores público e privado, dotados de flexibilidade administrativa e estruturados sob a forma de sociedades civis, sem fins lucrativos.

Os Conselhos Deliberativos dos PROMOEXPORTs são integrados pelas SUDENE, BNB, Bancos Estaduais, administração estadual e órgãos das classes empresariais, de onde recebem colaborações financeiras para o seu funcionamento.

Além da colaboração financeira, a SUDENE e o BNB vêm prestando cooperação técnica aos PROMOEXPORTs, desde a data de sua criação, no que tange ao planejamento de suas atividades anuais e no acompanhamento e avaliação dos relatórios anuais daquelas entidades.

O Sistema está ligado também ao Departamento de Promoção Comercial do ITAMARATY e à Carteira de Exportação do Banco do Brasil (CACEX), de onde recebe apoio logístico na área da administração federal.

A administração dos PROMOEXPORTs é constituída de uma diretoria executiva, um departamento técnico-promocional e outro administrativo e um Centro de Informação Comercial.

### 3.2. Aspectos Operacionais

O Sistema desenvolve uma gama de atividades que podem ser enquadradas em três categorias: a) estudos relacionados com a identificação de oportunidades de exportação; b) promoção das oportunidades identificadas; c) treinamento de pessoal para as tarefas de promoção.

Segundo a divisão de trabalho definida a nível regional, os estudos e pesquisas, assim como as atividades de promoção externa, são de responsabilidade do BNB e da SUDENE. Cabe aos PROMOEXPORTs o trabalho de promoção interna, que compreende a orientação e o assessoramento aos empresários nordestinos, nos mais diferentes aspectos das atividades ligadas ao comércio exportador.

Assim é que o BNB e a SUDENE vêm realizando pesquisas de mercado para produtos regionais e promovendo, com o apoio do ITAMARATY, a vinda de missões de compradores ao Nordeste e a realização de missões comerciais ao Exterior.

Os PROMOEXPORTs vêm cumprindo Planos de Trabalho anuais, desde a sua criação, destacando-se no seu desempenho as seguintes tarefas:

- a) assessoramento e assistência técnica às empresas da Região, mediante o suprimento de informações gerais e indicações práticas sobre a utilização dos incentivos oferecidos pelos Governos Federal e Estaduais às exportações, bem como sobre aspectos técnicos e operacionais relativos à efetivação de negócios;
- b) implantação, nas empresas exportadoras, das estruturas, métodos e instrumentos adequados à execução de uma agressiva e eficaz política de promoção comercial, visando à expansão e consolidação de mercados no exterior;
- c) assessoramento às empresas no que concerne à sua participação em exposições e feiras comerciais, no Brasil e no exterior, objetivando a apresentação de produtos da Região;
- d) promoção ou participação de missões comerciais ao exterior e assessoramento às missões estrangeiras em visita ao Nordeste;
- e) realização de cursos, conferências e viagens, objetivando o treinamento de executivos e de técnicos e a troca de experiência na área de promoção de exportações.

### 3. O SISTEMA REGIONAL DE PROMOÇÃO DE EXPORTAÇÕES

#### 3.1. Estrutura Organizacional

Em fins de 1970, a SUDENE tomou a iniciativa de atuar na Região como agente catalizador dos esforços de promoção de exportações que se iniciaram no âmbito estadual, planejando e instituindo o Sistema Regional de Promoção de Exportações, que teve o apoio do Banco do Nordeste.

O objetivo principal do Sistema é estimular a diversificação e ampliação das exportações nordestinas, notadamente as de produtos manufaturados, e tornar o setor menos dependente dos produtos básicos tradicionais.

O Sistema compreende os segmentos: Núcleo Central, operando dentro da Divisão de Indústria e Comércio da SUDENE; três importantes Núcleos Promocionais (PROMOEXPORTs), nos Estados do Ceará, Pernambuco e Bahia; três outros localizados nos Estados do Rio Grande do Norte, Paraíba e Alagoas; e Banco do Nordeste do Brasil.

As diretrizes básicas da política regional de promoção de exportações são formuladas pelo Núcleo Central, Banco do Nordeste e PROMOEXPORTs. Estes últimos funcionam como órgãos de representação e congregação dos interesses dos setores público e privado, dotados de flexibilidade administrativa e estruturados sob a forma de sociedades civis, sem fins lucrativos.

Os Conselhos Deliberativos dos PROMOEXPORTs são integrados pelas SUDENE, BNB, Bancos Estaduais, administração estadual e órgãos das classes empresariais, de onde recebem colaborações financeiras para o seu funcionamento.

Além da colaboração financeira, a SUDENE e o BNB vêm prestando cooperação técnica aos PROMOEXPORTs, desde a data de sua criação, no que tange ao planejamento de suas atividades anuais e no acompanhamento e avaliação dos relatórios anuais daquelas entidades.

O Sistema está ligado também ao Departamento de Promoção Comercial do ITAMARATY e à Carteira de Exportação do Banco do Brasil (CACEX), de onde recebe apoio logístico na área da administração federal.

A administração dos PROMOEXPORTs é constituída de uma diretoria executiva, um departamento técnico-promocional e outro administrativo e um Centro de Informação Comercial.

### 3.2. Aspectos Operacionais

O Sistema desenvolve uma gama de atividades que podem ser enquadradas em três categorias: a) estudos relacionados com a identificação de oportunidades de exportação; b) promoção das oportunidades identificadas; c) treinamento de pessoal para as tarefas de promoção.

Segundo a divisão de trabalho definida a nível regional, os estudos e pesquisas, assim como as atividades de promoção externa, são de responsabilidade do BNB e da SUDENE. Cabe aos PROMOEXPORTs o trabalho de promoção interna, que compreende a orientação e o assessoramento aos empresários nordestinos, nos mais diferentes aspectos das atividades ligadas ao comércio exportador.

Assim é que o BNB e a SUDENE vêm realizando pesquisas de mercado para produtos regionais e promovendo, com o apoio do ITAMARATY, a vinda de missões de compradores ao Nordeste e a realização de missões comerciais ao Exterior.

Os PROMOEXPORTs vêm cumprindo Planos de Trabalho anuais, desde a sua criação, destacando-se no seu desempenho as seguintes tarefas:

- a) assessoramento e assistência técnica às empresas da Região, mediante o suprimento de informações gerais e indicações práticas sobre a utilização dos incentivos oferecidos pelos Governos Federal e Estaduais às exportações, bem como sobre aspectos técnicos e operacionais relativos à efetivação de negócios;
- b) implantação, nas empresas exportadoras, das estruturas, métodos e instrumentos adequados à execução de uma agressiva e eficaz política de promoção comercial, visando à expansão e consolidação de mercados no exterior;
- c) assessoramento às empresas no que concerne à sua participação em exposições e feiras comerciais, no Brasil e no exterior, objetivando a apresentação de produtos da Região;
- d) promoção ou participação de missões comerciais ao exterior e assessoramento às missões estrangeiras em visita ao Nordeste;
- e) realização de cursos, conferências e viagens, objetivando o treinamento de executivos e de técnicos e a troca de experiência na área de promoção de exportações.

### 3.3. Desempenho no Período 1971/74

O primeiro ano de existência do Sistema Regional de Promoção de Exportações registrou pequenas realizações promocionais, uma vez que os PROMOEXPORTs, recém-criados, estavam preocupados com a contratação e treinamento de pessoal, organização dos serviços administrativos, e outras tarefas de implantação.

A partir de 1972, após o equacionamento dos principais problemas relacionados com sua estrutura e organização interna, os Núcleos passaram a realizar um trabalho mais direto e em bases permanentes, voltado para a promoção propriamente dita.

O esforço empreendido pelo Sistema e, de modo particular, pelos PROMOEXPORTs, tem procurado alcançar mais diretamente as empresas produtoras de manufaturados. Paralelamente a esse trabalho, os Núcleos vêm intensificando também esforço junto aos exportadores tradicionais no sentido de ampliar os seus negócios com o Exterior, quer melhorando a qualidade dos produtos, quer diversificando mercados ou, ainda, aumentando a sua capacidade produtiva para atender as novas condições favoráveis do mercado internacional.

Uma vez solucionados os problemas de caráter operacional dos Núcleos, o Sistema como um todo pôde funcionar de forma mais harmônica no biênio 1973/74, cujas realizações foram consideradas satisfatórias.

Durante o quadriênio 1971/74, o Sistema realizou tarefas promocionais e de apoio, como se destacam nos itens subseqüentes.

#### 3.3.1. Estudos e Pesquisas

Conforme a divisão de tarefas dentro do Sistema, a maioria dos estudos e pesquisas realizados até agora esteve a cargo do Banco do Nordeste.

O BNB, que desde muitos anos vinha realizando diagnósticos dos principais produtos tradicionais de exportação — cana-de-açúcar, cacau, algodão, fumo, cera de carnaúba e, mais recentemente, castanha de caju — a partir de 1971 passou a dar um destaque especial aos estudos de prospecção de mercados externos para produtos não tradicionais. Nesta fase, foi realizado um estudo global do setor

---

externo da economia regional (2), enfatizando as perspectivas para os dez principais produtos de exportação, até o fim da presente década, e sugerindo diretrizes para o tratamento dos produtos não tradicionais, isto é, para os manufaturados. Foram realizadas também duas pesquisas de desenvolvimento de mercado e adaptação do abacaxi nordestino (3,4), uma delas nos centros consumidores dos Estados Unidos e da Europa e a outra no mercado do Reino Unido.

Como contribuição do PROMOEXPORT-Ce. para as atividades de apoio do Sistema, acaba de ser concluída uma pesquisa de mercado para produtos têxteis do Ceará, que investigou os mercados da Europa e Canadá para tecidos de algodão cru e estampado, camisas para homem, calças esporte (de algodão) para homem e para mulher, roupas íntimas femininas e colchas de chenille.

Estudos de menor importância foram realizados em número relativamente grande pelos Núcleos estaduais, para atender as solicitações do empresariado nordestino. Trata-se de estudos de gabinete, realizados com base em levantamentos estatísticos e informações cadastrais. Durante o período 1973/74, foram realizados cerca de 16 estudos dessa categoria, englobando 171 produtos e 83 mercados.

Trabalhos de outra natureza, como perfis de produtos, diretórios, acompanhamento conjuntural das exportações e outros estudos especiais de menor importância, foram realizados em número de 437, no período 1971/74. Tais estudos atenderam a 177 empresas sediadas nos Estados de Ceará, Pernambuco e Bahia.

### 3.3.2. Promoção

#### 3.3.2.1. Promoção Interna

A atividade assistencial dos PROMOEXPORTs se caracteriza de duas formas: assistência técnica nos vários campos da promoção junto às empresas regionais exportadoras ou com potencialidades de exportação, e assistência técnica às empresas importadoras do Exterior, destacando-se aqui a tarefa mais específica da informação comercial.

(2) BNB/ETENE (1972) "Perspectivas de Desenvolvimento do Nordeste Até 1980 - Exportações".

(3) BNB (1973) "Abacaxi Nordeste - Pesquisa de Mercado na Europa e Estados Unidos".

(4) SUDENE (1972) - "Estudo de Mercado para Abacaxi in natura no Reino Unido."

Durante 1971/74, os PROMOEXPORTs tiveram uma atividade bastante intensa na área da promoção interna. No primeiro ano, foram assistidas apenas 211 empresas em todo o Nordeste; em 1974, esse número se elevou para 1.050 empresas. O ano de 1973 foi o mais próspero para as atividades dos Núcleos, tendo sido assistidas 1.165 empresas ou entidades regionais e 652 estrangeiras, como indica o quadro a seguir.

Tabela 7  
Assistência Técnica à Empresa  
1971/74

Anos	Empresa/Entidade Regional	Empresa/Entidade Estrangeira
1971	211	211
1972	395	350
1973	1.165	652
1974	1.050	309

FONTE: PROMOEXPORTs — Relatórios Anuais.

### 3.3.2.2. Promoção Externa

O Sistema vem dando destaque especial a três itens na área da promoção externa: realização de missões de importadores e investidores estrangeiros ao Nordeste, promoção de missões de exportadores nordestinos ao Exterior e apoio às empresas regionais para participarem das Feiras e Exposições internacionais selecionadas pelo Itamaraty.

Entre 1971 e 1974 foram recebidas 36 missões de importadores/investidores, no Nordeste. Convém destacar, aqui, a Missão de empresários dos Estados Unidos, Canadá, Inglaterra e Alemanha Ocidental, que veio especialmente para participar da "VII FECIN-Pavilhão de Exportação" em Recife, em 1973.

As missões de empresários e técnicos nordestinos ao exterior vêm sendo realizadas desde 1972. Até o momento o Sistema promoveu 10 missões desta natureza, tendo visitado Estados Unidos e Canadá, alguns países da América Latina, da África, do Oriente Médio e do Leste Europeu.



Durante todo o período de atuação dos PROMOEXPORTs, as empresas regionais participaram de 65 Feiras ou Exposições internacionais, sob sua coordenação, entre estas, 6 Feiras montadas em cidades brasileiras.

### 3.3.3. Treinamento

O Sistema Regional de Promoção de Exportações, desde a sua criação, tem dado destaque especial a duas áreas específicas de treinamentos: cursos e seminários destinados à formação de sua equipe técnica e cursos e seminários dirigidos aos empresários da Região.

Nos primeiros anos de funcionamento, o Sistema deu maior importância à formação de profissionais para os seus quadros técnicos, uma vez reconhecida a escassez, na Região, de elementos com razoáveis conhecimentos de comércio exterior. Embora persista esta lacuna nos dias atuais, os Núcleos estão mais preocupados com o treinamento intensivo de técnicos e executivos de empresas, não desprezando todavia a formação de seus quadros de pessoal técnico.

Tabela 8

Oportunidades de Treinamento Oferecidas pelo Sistema

1971/74

Curso/Seminário	Treinamento para o Sistema	Treinamento para Empresários
No País	53	496
No Exterior	12	—

FONTE: PROMOEXPORTs/BNB/SUDENE — Relatórios Anuais.

Durante todo o período de sua existência, o Sistema ofereceu 65 oportunidades de treinamento para os seus técnicos, sendo 53 no País e 12 no Exterior. O treinamento para executivos de empresas deu lugar a 496 vagas em cursos ou seminários realizados em Fortaleza, Recife ou Salvador.

Vale destacar, ainda, as incontáveis oportunidades de treinamento oferecidas pelo Sistema, por meio de conferências, simpósios, mesas redondas, etc., promovidos pelos PROMOEXPORTs, ou por outros órgãos, com a sua colaboração.

## 4. DESEMPENHO DAS EXPORTAÇÕES NORDESTINAS — 1967/74

### 4.1. Evolução das Exportações

As vendas externas de produtos nordestinos elevaram-se de US\$ 277 milhões, em 1967, para US\$ 1.405, em 1974, atingindo um incremento de US\$ 1.128 milhões, correspondente a uma taxa média anual em torno de 50%. O período anterior a 1971 foi de relativa estagnação, valendo destacar o ano de 1970, cujo decréscimo das vendas externas teve como causa a forte estiagem que atingiu a maior parte dos produtos básicos de exportação. A partir de 1972, o Nordeste experimentou uma recuperação deveras animadora, período que coincide com uma conjuntura internacional de preços bastante favorável para os produtos exportados pela Região. A crise internacional de matérias primas e alimentos favoreceu de tal forma a economia regional que, no seu ponto mais alto, em 1974, as exportações quase duplicaram, atingindo uma taxa de crescimento de 92,5%.

Comparando os dados da tabela 9, observa-se que as exportações brasileiras cresceram mais rapidamente que as do Nordeste, até 1973. Porém, em 1974 o crescimento das exportações regionais foi mais de três vezes superior àquele experimentado pelo país como um todo. Enquanto essas últimas sofreram um incremento de 381% em todo o período, as primeiras elevaram-se de 407%. É interessante notar que o país experimentou o mesmo período favorável atingido pela Região para as vendas externas a partir de 1972. O crescimento récorde das exportações regionais em 1974 deveu-se principalmente às elevadas cotações atingidas pelo açúcar e cacau, produtos que somam 45% do valor da pauta nordestina.

### 4.2. Componentes do Crescimento

Foi dada ao comércio exterior do Nordeste uma notável responsabilidade no atual plano quinquenal de governo. O desempenho favorável do setor nos últimos anos e as suas atuais perspectivas foram as causas fundamentais para a programação nessas bases.

**Tabela 9**  
**Evolução das Exportações Brasileiras e Nordestinas**  
**1967/74**

Anos	Brasil			Nordeste		
	(US\$ Milhões)	Índice	Tx.média anual de crescim.	(US\$ Milhões)	Índice	Tx.média anual de crescim.
1967	1.654	100	—	277	100	—
1968	1.881	114	13,72	279	101	0,72
1969	2.311	140	22,86	415	150	48,74
1970	2.739	166	18,52	381	137	— 8,20
1971	2.904	176	6,02	403	145	5,77
1972	3.991	241	37,43	545	186	35,23
1973	6.198	375	55,29	730	262	33,94
1974	7.962	481	28,46	1.405	507	92,50

FONTE: CACEX.

Insiste-se em acreditar que o recente dinamismo do setor se deve aos efeitos dos incentivos fiscais e creditícios criados desde 1967 ou, mais marcadamente, aos métodos postos em prática desde 1971, como resultado da estratégia regional de promoção de exportações que criou os PROMOEXPORTs. De uma maneira ou de outra, a Região usufruiu dos resultados desta política. Contudo, deve-se admitir que não houve mudanças estruturais significantes na pauta de exportação regional. O incremento expressivo dos manufaturados nos últimos dois anos deveu-se à pequena e quase insignificante base aritmética tomada como referência nos cálculos dos índices de crescimento. Com efeito, em 1967, o valor das exportações de manufaturados (5) era de US\$ 7 milhões; em 1971, de US\$ 27,5 milhões; e em 1974, de US\$ 193,2 milhões, que resultou no acréscimo de 2.622% no período, enquanto o incremento das vendas totais atingiu apenas 407%. Considerando somente o período 1971/74, o acréscimo verificado nas vendas externas de manufaturados foi de 479% e, nas exportações de semi-manufaturados, de 257%, contra os 147% atingidos pelos básicos.

---

(5) Inclui melão

**Tabela 10**  
**Exportações Nordestinas segundo a Classe de Produtos**  
**1967/74**

**I - US\$ 1.000 - FOB**

Anos	Básicos	Semi-manu- faturados	Manufatura- dos ( **)	TOTAL (*)
1967	217.053	52.649	7.097	277.231
1968	209.113	61.943	7.946	279.537
1969	324.385	73.072	15.192	415.320
1970	288.690	70.784	19.277	381.156
1971	290.569	70.001	27.520	403.318
1972	415.128	87.922	38.543	544.550
1973	467.034	152.270	84.125	729.664
1974	934.865	270.469	193.153	1.404.680

**II - Índice**  
**(1967 = 100)**

1967	100	100	100	100
1968	96	118	112	101
1969	149	139	214	150
1970	133	134	272	137
1971	134	133	388	145
1972	191	167	543	196
1973	215	289	1.185	263
1974	431	514	2.722	507

**FONTE:** CACEX - Banco do Brasil S.A.

**NOTAS:** (\*) Inclui transações especiais e consumo de bordo.

(\*\*) Nos manufaturados está incluído o melaço, que até 1974 era incluído nessa classificação pela CACEX. A transferência do melaço para a classe dos básicos não vai alterar os resultados do estudo, uma vez que a classe dos manufaturados ( sem o melaço ) sofrerá um acréscimo mais radical no período, porém será compensado por uma redução também radical na participação da classe no total da pauta.

A tabela 10 indica a evolução das vendas externas no período 1967/74, destacando as classes de mercadorias. Os produtos básicos cresceram 331% no período, indicando uma média anual em torno de 47%. Os semi-manufaturados cresceram 414% no mesmo período, com a média anual em torno de 59%.

A expansão das exportações de manufaturados, todavia, foi quase uma decorrência dos problemas internos de mercado. O excedente não absorvido internamente foi encaminhado para o Exterior e, na medida em que esse processo fosse facilitado, era posto em prática por maior parte dos empresários da Região. Essa foi a sistemática adotada até a superação da capacidade ociosa da indústria que, no Nordeste, não era tão marcante como no País como um todo. Desta forma, a expansão das exportações de manufaturados não se deu exclusivamente como uma decisão do empresariado em programar o aumento da produção para transacioná-lo no mercado internacional, mas, em parte, como uma transferência de mercadorias do mercado interno para o externo, mantendo constante a escala de produção.

Conforme o raciocínio descrito, as exportações de produtos industrializados (manufaturados + semi-manufaturados) cresceram mais rapidamente que o produto interno bruto da indústria manufatureira. (Ver tabela 11).

Tabela 11  
Evolução do Produto Interno Bruto da Indústria Manufatureira e das  
Exportações de Produtos Industrializados  
1967/74

Anos	Exportações de Indús- trializados (A)		Produto Interno Bruto (B)		Percenta- gem A/B
	Cr\$ milhões de 1974	Índices	Cr\$ milhões de 1974	Índices	
1967	604	100	4.393	100	13,7
1968	716	119	5.086	116	14,1
1969	922	153	5.605	128	16,5
1970	894	148	6.109	139	14,6
1971	936	155	6.489	148	14,4
1972	1.156	191	7.455	170	15,5
1973	1.939	321	8.499 (1)	193	22,8
1974	3.118	516	9.552 (1)	217	32,6

FONTE: CACEX — Banco do Brasil S.A. — SUDENE.

Nota.: (1) Estimativa com base na taxa de incremento anual fornecida pela SUDENE — Inflacionaram-se os dados obtidos com o Índice Geral de Preços — F.G.V.

Enquanto as exportações de industrializados cresceram 416% no período 1967/74, o PIB da Indústria Manufatureira elevou-se apenas 117%, menos da metade do incremento verificado nas vendas externas. A mesma tabela sugere que a participação das vendas externas da indústria no produto industrial elevou-se de 13,7% para 32,6%, confirmando a afirmativa anterior de que parte do acréscimo das exportações de manufaturados e semi-manufaturados se deu como transferência de produtos do mercado interno para o externo.

Voltando-se à tabela 10, pode-se constatar que, do acréscimo de US\$ 1.128 milhões observado no período, US\$ 718 milhões (63,6%) couberam aos produtos básicos, US\$ 217 milhões (19,2%) aos semi-manufaturados e US\$ 186 (16,5%) aos manufaturados.

Por outro lado, verifica-se na tabela 13 que a classe de produto que apresentou maior taxa média de crescimento anual no período 1967/73 (6) foi a de produtos manufaturados (53%), seguido dos semi-manufaturados (18%) e dos básicos (15%).

Como consequência da reduzida taxa de crescimento anual dos produtos básicos, verificada nesse período, sua participação na pauta foi rebaixada, passando de 78% para 64%, como indica a tabela 12.

**Tabela 12**  
**Participação de cada classe de Produtos no Total**  
**Exportações Nordestinas**  
**1967/74**  
**(Em %)**

Anos	Básicos	Semi-manufaturados	Manufaturados	Transações especiais e consumo de bordo	Total
1967	78,2	19,0	2,6	0,2	100
1968	74,8	22,2	2,8	0,2	100
1969	78,1	17,6	3,7	0,6	100
1970	75,7	18,6	5,1	0,6	100
1971	72,0	17,4	6,8	3,8	100
1972	76,3	16,1	7,1	0,5	100
1973	64,0	20,9	11,5	3,6	100
1974	66,5	19,3	13,8	0,4	100

FONTE: CACEX — Banco do Brasil S.A.

(6) Resolveu-se isolar o ano de 1974 neste período, uma vez que a taxa de crescimento é bastante díspar dos anos anteriores.

**Tabela 13**  
**Exportações Nordesteanas por Classes de Produtos**  
**1967/73**  
**(Em %)**

Classes de Produtos	Taxa Média de Crescimento (T.G.C.A. 1967/73) (1)	Participação Média no Período (2)	Decomposição da Taxa Média de Crescimento Anual: $\frac{(1) \times (2)}{100}$	Participação das Classes na Taxa de Crescimento
— Básicos	15,05	74,72	11,25	62,26
— Semi-manufaturados	18,13	18,54	3,36	18,59
— Manufaturados	53,12	5,83	3,10	17,16
— Operações especiais e consumo de bordo	39,05	0,91	0,36	1,99
Total	17,81	100,00	18,07	100,00

FONTE DOS DADOS ORIGINAIS: CACEX — Banco do Brasil

**Tabela 14**  
**Exportações Nordesteanas por Classes de Produtos**  
**1971/74**  
**(Em %)**

Classes de Produtos	Taxa Média de Crescimento (T.G.C.A.) 1971/74 (1)	Participação Média no Período (2)	Decomposição da Taxa Média de Crescimento Anual: $\frac{(1) \times (2)}{100}$	Participação das Classes na Taxa de Crescimento
— Básicos	47,62	69,52	33,11	60,90
— Semi-manufaturados	56,91	19,15	10,90	20,05
— Manufaturados	91,46	11,33	10,36	19,05
Total	53,30	100,00	54,37	100,00

FONTE DOS DADOS ORIGINAIS: CACEX — Banco do Brasil

Os semi-manufaturados, não obstante a taxa anual de crescimento relativamente baixa, elevaram de 19% para 21% a sua participação no período.

Ao decompor, porém, por classes de produto, a taxa de crescimento global das exportações — ponderando-se as taxas das classes pelas respectivas participações médias — verifica-se que, da taxa total de 18,07%, 11,25% dela, ou seja, 62,26% do crescimento global, correspondem aos produtos básicos. Os semi-manufaturados responderam por 3,36% da taxa global de crescimento (18,59%) e os manufaturados por 3,10% (17,16%). Isto significa que, se apenas os produtos básicos tivessem evoluído com base na taxa de crescimento acima descrita, ou seja, com taxa média de crescimento de 15,05% e participação de 74,72% da pauta, enquanto as demais classes tivessem permanecido constantes ao nível de 1967, mesmo assim, as exportações globais teriam evoluído a uma taxa anual próxima de 11,25%, no período 1967/73, quase a mesma observada no período 1963/67. Pelo mesmo raciocínio pode-se deduzir que, se os produtos básicos tivessem permanecido estagnados desde 1967, e apenas os semi-manufaturados e manufaturados houvessem crescido às taxas descritas, as exportações totais da Região haviam-se elevado em torno de 6,46% a.a.. Conclui-se daí que, não obstante o grande incremento verificado nos últimos anos nas exportações de bens com maior grau de elaboração, dada a sua pequena participação na pauta, os produtos agrícolas em bruto ou com pequeno grau de beneficiamento foram os principais responsáveis pela elevada taxa de crescimento das exportações nordestinas, conclusão idêntica a que se chegou com relação às exportações brasileiras (7).

Estendendo este raciocínio para o período compreendido entre 1971 e novembro de 1974, fase em que foi instalado o Sistema Regional de Promoção de Exportação com seus núcleos promocionais (PROMOEXPORTs), constata-se que os produtos básicos e semi-manufaturados elevaram substancialmente a sua participação neste período, atingindo as respectivas taxas médias de crescimento de 47% e 57%. Entretanto, a participação dos básicos no total das exportações decresceu levemente, como se pode comparar nas tabelas 13 e 14.

Ao decompor a taxa global de incremento das vendas externas, neste período, (54,4%) pelas classes de produtos, constata-se que, não obstante o elevado acréscimo nas vendas de manufaturados e sua mais alta participação na pauta, a contribuição desta classe na taxa global de crescimento das divisas de exportação foi de apenas 19%. A contribuição maior foi dos básicos, que atingiu os 61%, seguindo os semi-manufaturados (20%). Isto significa que, se consideradas estagnadas as exportações de produtos manufaturados desde 1971, ainda assim as exporta-

(7) Ver VON DEOLLINGER, Carlos et alii (1974), "A Política Brasileira de Comércio Exterior e Seus Efeitos: 1967/73" IPEA — Coleção Relatório de Pesquisa, no. 22, pág. 78.



ções totais se elevariam a uma taxa média anual próxima de 44%, ou seja, os básicos cresceriam 33,11% e os semi-manufaturados 10,90%.

A conclusão lógica desse raciocínio é que o apogeu das exportações regionais, verificado nestes últimos três anos, provavelmente, não decorreu apenas das mudanças na política nacional de comércio exterior e das estratégias regionais de caráter promocional, mas, principalmente de fenômenos exógenos, uma vez que a política dos incentivos fiscais e os mecanismos promocionais levados a efeito neste período beneficiaram mais a classe dos manufaturados.

Para reforçar esta conclusão, apresenta-se a seguir tabela com os índices de preços internacionais dos três produtos que representaram mais de 60% da exportação regional, no período 1967/74: açúcar, cacau e algodão. Como se vê na tabela 15, durante a série, os anos de 1972/73/74 se destacaram por elevações muito mais acentuadas que as dos anos anteriores, no que se refere aos preços do açúcar; com relação ao cacau e ao algodão, foi nos dois últimos anos que os preços se elevaram muito acima das previsões. Como a correlação entre mudanças anuais médias nos valores unitários das exportações de açúcar, cacau e algodão e suas respectivas cotações nos maiores mercados mundiais, no período 1960/72, foram de 0.708, 0.844 e 0.866 (8), sucessivamente, pode-se deduzir que parte substancial do incremento das receitas de exportação do Nordeste realizadas no período pode ser atribuída à venda desses produtos.

Tabela 15  
Índices de Preços Representativos do Açúcar, Cacau  
e Algodão no Mercado Mundial  
1967/74  
(valores correntes das médias anuais 67-69 = 100)

Ano	Açúcar		Cacau	Algodão
	M.L.	E.U.A.	Canadá	E.U.A.
1967	81,43	96,43	79,74	97,36
1968	81,43	99,49	94,59	106,42
1969	137,14	104,08	125,66	96,23
1970	158,57	105,61	94,04	103,40
1971	192,86	113,27	73,69	123,02
1972	317,14	139,29	88,82	129,81
1973	411,43	157,65	177,91	212,83
1974	1.285,71	448,47	270,03	222,64

FONTE: BID — Banco Interamericano de Desenvolvimento.

(8) Ver BID (1975), "América Latina na Economia Mundial", pág. 54.

## 5. PERSPECTIVAS DE CRESCIMENTO DO SETOR EXPORTADOR

### 5.1. O Programa de Promoção de Exportações para o Quinquênio — 1975/79

As possibilidades nordestinas de penetração em novos mercados consumidores de produtos tradicionais e, principalmente, não tradicionais, parecem favoráveis, considerando que a Região conta com razoável disponibilidade de matérias primas e de mão-de-obra, e com um moderno setor industrial em fase de implantação, ao lado de uma situação geográfica que lhe proporciona relativa proximidade dos mercados internacionais.

A disponibilidade de uma força de trabalho numerosa e eficiente é considerada como um dos fatores mais importantes para que a Região tenha poder de competição no mercado mundial, explorando indústrias de alta densidade de mão-de-obra, embora este argumento seja contestado pela maioria dos especialistas em teoria do comércio internacional.

Apesar desses elementos favoráveis, deve-se considerar que a atual crise nas trocas internacionais e o aparente soerguimento do protecionismo exigem que o esforço empregado até o momento para o crescimento das vendas externas da Região seja redobrado nos próximos anos.

Consciente dessa responsabilidade, o Sistema Regional de Promoção de Exportação resolveu elaborar um programa de ação para o quinquênio, com vistas à ampliação do esforço atual.

Os grandes objetivos do Programa são os que se seguem:

- a) acelerar o crescimento das exportações regionais para o mercado internacional;
- b) diversificar a pauta, introduzindo em escala crescente os produtos manufaturados e os agrícolas não tradicionais;
- c) manter a participação do Nordeste no setor exportador nacional;
- d) aumentar o nível de abertura para o Exterior da economia regional;
- e) reduzir a dependência do setor exportador dos importadores tradicionais, com a conquista de novos mercados;
- f) consolidar o Sistema Regional de Promoção de Exportações.

Para atingir esses objetivos, decidiu-se determinar como meta do Programa a possibilidade de as exportações totais para o mercado internacional crescerem a uma taxa média anual de 20%, compatível com a taxa de crescimento do setor exportador nacional prevista no II PND. A consecução dessa taxa significa manter, até o fim do quinquênio, o coeficiente de exportação (exportação/renda interna) em constante crescimento, dado que existem previsões de que a renda crescerá a uma taxa anual de 10% até o fim da presente década.

Também a participação relativa do Nordeste na formação nacional de divisas, que não tem mostrado uma tendência definida até 1974, poderá apresentar um ligeiro crescimento se a meta fixada for atingida.

Em outras palavras, o Nordeste provavelmente não perderá posição em termos nacionais, ao mesmo tempo em que a economia local melhorará o grau de abertura para o exterior, permitindo aos setores agrícolas e industrial a conquista de novos mercados.

Do ponto de vista estrutural, a consecução da taxa anual de 20% será alcançada na medida em que se concretize uma profunda transformação na composição da pauta, de tal maneira que as exportações dos produtos tradicionais diminuam sua participação, no total exportado, de 80%, em 1969/71, para menos de 50%, até o fim do quinquênio considerado. Essa conclusão deixa evidente que uma taxa de crescimento setorial de tal magnitude demandará do setor um dinamismo maior do que aquele que se tem verificado, tornando-se indispensável, portanto, um esforço amplo e coordenado, a nível regional, no campo da promoção de exportação, no sentido de viabilizar o comportamento do setor com o da economia da Região como um todo.

A atividade promocional deverá ser ampliada, merecendo maior destaque um trabalho externo dinâmico e agressivo, já iniciado com a utilização da estrutura comercial do Ministério das Relações Exteriores. A realização de pesquisas e estudos de identificação de novos mercados para os produtos tradicionais, e de estudos técnicos para sua adequação às exigências dos consumidores externos, constitui outro ponto a ser considerado.

Assim, na tarefa de promoção afiguram-se três áreas distintas de atividades, a saber: a) pesquisas técnicas e econômicas; b) promoção interna; e c) promoção externa.

A área de pesquisas técnicas e econômicas deve abranger estudos de identificação de novos mercados e de produtos exportáveis, análise econômica e institucional dos mercados dos produtos identificados e estudos de comercialização. Torna-se também indispensável o exame das condições infraestruturais,

## 5. PERSPECTIVAS DE CRESCIMENTO DO SETOR EXPORTADOR

### 5.1. O Programa de Promoção de Exportações para o Quinquênio — 1975/79

As possibilidades nordestinas de penetração em novos mercados consumidores de produtos tradicionais e, principalmente, não tradicionais, parecem favoráveis, considerando que a Região conta com razoável disponibilidade de matérias primas e de mão-de-obra, e com um moderno setor industrial em fase de implantação, ao lado de uma situação geográfica que lhe proporciona relativa proximidade dos mercados internacionais.

A disponibilidade de uma força de trabalho numerosa e eficiente é considerada como um dos fatores mais importantes para que a Região tenha poder de competição no mercado mundial, explorando indústrias de alta densidade de mão-de-obra, embora este argumento seja contestado pela maioria dos especialistas em teoria do comércio internacional.

Apesar desses elementos favoráveis, deve-se considerar que a atual crise nas trocas internacionais e o aparente soerguimento do protecionismo exigem que o esforço empregado até o momento para o crescimento das vendas externas da Região seja redobrado nos próximos anos.

Consciente dessa responsabilidade, o Sistema Regional de Promoção de Exportação resolveu elaborar um programa de ação para o quinquênio, com vistas à ampliação do esforço atual.

Os grandes objetivos do Programa são os que se seguem:

- a) acelerar o crescimento das exportações regionais para o mercado internacional;
- b) diversificar a pauta, introduzindo em escala crescente os produtos manufaturados e os agrícolas não tradicionais;
- c) manter a participação do Nordeste no setor exportador nacional;
- d) aumentar o nível de abertura para o Exterior da economia regional;
- e) reduzir a dependência do setor exportador dos importadores tradicionais, com a conquista de novos mercados;
- f) consolidar o Sistema Regional de Promoção de Exportações.

Para atingir esses objetivos, decidiu-se determinar como meta do Programa a possibilidade de as exportações totais para o mercado internacional crescerem a uma taxa média anual de 20%, compatível com a taxa de crescimento do setor exportador nacional prevista no II PND. A consecução dessa taxa significa manter, até o fim do quinquênio, o coeficiente de exportação (exportação/renda interna) em constante crescimento, dado que existem previsões de que a renda crescerá a uma taxa anual de 10% até o fim da presente década.

Também a participação relativa do Nordeste na formação nacional de divisas, que não tem mostrado uma tendência definida até 1974, poderá apresentar um ligeiro crescimento se a meta fixada for atingida.

Em outras palavras, o Nordeste provavelmente não perderá posição em termos nacionais, ao mesmo tempo em que a economia local melhorará o grau de abertura para o exterior, permitindo aos setores agrícolas e industrial a conquista de novos mercados.

Do ponto de vista estrutural, a consecução da taxa anual de 20% será alcançada na medida em que se concretize uma profunda transformação na composição da pauta, de tal maneira que as exportações dos produtos tradicionais diminuam sua participação, no total exportado, de 80%, em 1969/71, para menos de 50%, até o fim do quinquênio considerado. Essa conclusão deixa evidente que uma taxa de crescimento setorial de tal magnitude demandará do setor um dinamismo maior do que aquele que se tem verificado, tornando-se indispensável, portanto, um esforço amplo e coordenado, a nível regional, no campo da promoção de exportação, no sentido de viabilizar o comportamento do setor com o da economia da Região como um todo.

A atividade promocional deverá ser ampliada, merecendo maior destaque um trabalho externo dinâmico e agressivo, já iniciado com a utilização da estrutura comercial do Ministério das Relações Exteriores. A realização de pesquisas e estudos de identificação de novos mercados para os produtos tradicionais, e de estudos técnicos para sua adequação às exigências dos consumidores externos, constitui outro ponto a ser considerado.

Assim, na tarefa de promoção afiguram-se três áreas distintas de atividades, a saber: a) pesquisas técnicas e econômicas; b) promoção interna; e c) promoção externa.

A área de pesquisas técnicas e econômicas deve abranger estudos de identificação de novos mercados e de produtos exportáveis, análise econômica e institucional dos mercados dos produtos identificados e estudos de comercialização. Torna-se também indispensável o exame das condições infraestruturais,

especialmente do setor de transporte, com a finalidade de sugerir medidas que facilitem as atividades exportadoras e garantam um suprimento regular dos produtos no mercado internacional.

No âmbito da promoção interna, a par de um amplo elenco de incentivos que pode ser adotado, cabe inicialmente desenvolver um trabalho de motivação das empresas, para que estas se dediquem ao comércio exterior. Junto às empresas exportadoras e àquelas que, a princípio, se apresentam com condições favoráveis, deve-se prestar toda a colaboração no tocante ao procedimento legal e prática para exportação, formação de custos, adequação dos produtos segundo os requisitos técnicos exigidos e participação em feiras e exposições internacionais.

A promoção comercial, por seu lado, será executada através das Embaixadas, Escritórios Comerciais no Exterior e Representações em importantes centros do comércio mundial; da participação sistemática em feiras e exposições internacionais, e da ampla divulgação e propaganda dos produtos regionais. O trabalho promocional externo pode ainda oferecer excelentes resultados no momento em que venha a usar os serviços das grandes empresas de comercialização ("trading companies"), que representam experiência vitoriosa em diversos países do mundo, principalmente no Japão.

Convém destacar, por último, o importante papel que as missões técnicas e comerciais e os organismos internacionais (UNCTAD-GATT e outros) exercem no campo da promoção, dependendo o êxito dessa tarefa, basicamente, da qualificação do pessoal envolvido nas suas várias etapas. Deste modo, merece atenção especial a realização de missões, bem como a execução de um programa de treinamento de pessoal, para capacitação em problemas básicos e gerais do comércio internacional, estudos de mercado e promoção comercial, e também para gerência administrativa de empresas de exportação.

Assim, o Programa de Promoção de Exportações para o quinquênio compreende dois segmentos de ação, a saber:

- a) Ação financiadora, consubstanciada no Projeto de Financiamento às Exportações, com vistas à estimular a exportação de produtos manufaturados, incrementando assim a utilização da capacidade instalada das empresas e reduzindo a dependência do mercado regional;
- b) Ação supletiva, envolvendo gastos a fundo perdido, cujo programa, compreendendo 6 projetos, contempla as áreas de promoção interna e externa, assim como os itens relacionados com a pesquisa e o treinamento.

No que tange à ação financeira, o Sistema prevê a aplicação de Cr\$ 218

milhões (em moeda corrente de 1974) durante o quinquênio 1975/79, que serão destinados ao financiamento das exportações regionais e à participação acionária em "trading companies".

Quanto aos projetos de ação supletiva, o Sistema pretende dar continuidade ao apoio técnico e financeiro que vem prestando aos **PROMOEXPORTs**; promover a vinda de 200 compradores estrangeiros à Região; realizar 5 missões comerciais ao exterior (estando programada uma para cada ano); incentivar a participação de empresários regionais em feiras e exposições internacionais; realizar um programa conjunto de pesquisa de mercado e que diga respeito à adaptação de produtos regionais aos mercados estrangeiros; e dar continuidade ao programa de treinamento de pessoal técnico e de empresários.

## 5.2. A extensão dos Incentivos na Região

O êxito ou fracasso que resultará das metas estipuladas no programa de promoção de exportações para a Região neste quinquênio vai depender, por um lado, da agressividade da classe empresarial da Área em superar os obstáculos impostos ao comércio internacional no atual momento de crise e, por outro, da atuação dos poderes públicos no sentido de facilitar, no Nordeste, a execução de uma gama de incentivos fiscais e de infra-estrutura interna que beneficia atualmente outras regiões.

No que se refere aos incentivos fiscais, o Nordeste não vem extraindo os mesmos benefícios que desfrutam atualmente outras regiões mais ricas do País. Os incentivos da área estadual são limitados às condições dos cofres públicos de cada Estado. É o que acontece atualmente com os créditos de exportação resultantes do ICM, que estão sendo acumulados na maior parte dos Estados nordestinos. Não podendo ser transferidos totalmente através de entradas de matérias primas, materiais secundários e de embalagem para a fabricação de produtos industriais com destino ao mercado externo, devido a atual conjuntura internacional, os créditos do ICM não estão sendo restituídos em espécie, bens ou títulos, conforme as normas e critérios fixados pelos Governos Estaduais (9)

Com relação à infra-estrutura de exportação, o Nordeste não foi beneficiado com o programa de corredores de exportação, atualmente em plena implantação nos Portos de Santos, Paranaguá, Vitória e Rio Grande. Por entender-se que

(9) Com referência aos créditos acumulados de ICM, o Conselho de Desenvolvimento Econômico acaba de baixar portaria instituindo um Fundo Federal para reembolsar todos os créditos acumulados que os empresários fazem jus.

corredor de exportação compreende a integração transporte interno — armazém — porto em áreas geográficas que contêm grande movimentação de mercadorias, não estaria fora dos objetivos do Programa, se em um redimensionamento dos Corredores, o porto de Aratu, na Bahia, fosse beneficiado com essa forma de incentivo. Todavia é forçoso reconhecer a importância que o Governo vem dispensando ao suporte portuário do Complexo Industrial de Suape.

Outro fator que limita o desempenho da infra-estrutura interna está representado pela deficiência dos transportes e pela baixa produtividade dos portos.

A baixa utilização das ferrovias em relação à capacidade instalada e ao potencial de fluxos de cargas transportáveis em condições vantajosas, em comparação com a valorização do transporte rodoviário, tem mostrado no decorrer dos últimos anos que os custos de transporte têm-se elevado substancialmente, encarecendo sobremaneira as mercadorias transportadas. Essa tendência se deve, sobretudo, à desatualização do transporte ferroviário, para o qual não se vem canalizando investimentos adequados. Neste aspecto, deve-se, porém, ressaltar a importância que o Governo Federal pretende dar ao transporte ferroviário na execução do II PND, destinando Cr\$ 1.636 milhões para o Nordeste.

O sistema portuário do Nordeste, apesar de sensíveis melhorias realizadas em período recente, ainda apresenta visíveis deficiências quanto à capacidade de armazenamento e baixo desempenho, aliadas à obsolescência dos equipamentos e instalações e outros problemas de ordem técnica. O índice de produtividade do porto de Recife é de 738,1 toneladas por metro de cais, enquanto o de Rotterdam é de 819,7 e o de Havre, 1.812,4. A extensão total do cais do porto de Recife, o mais movimentado da Região, é de 3 km, enquanto o de Santos é de pouco mais de 10 km.

Verifica-se assim que, não obstante os esforços empregados até agora na promoção de exportação no Nordeste, a expansão do seu comércio exterior exige cada dia mais atenção para a modernização da infra-estrutura interna, sem a qual esses esforços poderão ser seriamente comprometidos.



## 6. CONCLUSÕES

Examinadas as exportações nordestinas no período 1967/74, e analisada detidamente a estrutura da pauta e das perspectivas de crescimento do setor até o ano de 1979, tendo em vista principalmente o Programa Regional de Promoção de Exportação — 1975/79, elaboraram-se algumas conclusões que se enunciam a seguir:

- 6.1. O setor exportador nordestino, não obstante o seu rápido crescimento no período 1972/74, mantém-se ainda atrasado em sua infra-estrutura e no que diz respeito a concentração geográfica das atividades produtivas dentro da Região, pouca diversificação dos mercados importadores de seus principais produtos de exportação e estrutura desfavorável da pauta, onde predominam os produtos básicos;
- 6.2. As exportações globais da Região, no período compreendido entre 1967 e novembro de 1974, elevaram-se de US\$ 277 milhões para US\$ 1.405 milhões, atingindo uma taxa média anual de crescimento em torno de 50%. O período de mais rápido crescimento foi o que sucede 1971, tendo as vendas de 1974 atingido a taxa incremental de 92%;
- 6.3. Durante o período em exame, a classe de produtos que cresceu mais rapidamente foi a dos manufaturados, seguindo-se os semi-manufaturados e, por último, os básicos, que se elevaram de 2.622%, 414% e 331%, respectivamente. O expressivo incremento experimentado pelos manufaturados deveu-se, sobretudo, à pequena e quase inexpressiva base aritmética tomada como referência. Em período mais recente, 1971/74, o desempenho do setor foi como segue: os manufaturados elevaram-se a uma taxa média anual de 91,46%, os semi-manufaturados de 56,91% e os básicos, de 47,62%;
- 6.4. Embora os manufaturados tenham crescido 53%, os semi-manufaturados 18% e os básicos 15%, no período 1967/73, o crescimento global das exportações (18%) teve como causa primordial o acréscimo das vendas externas dos produtos básicos, ou seja, essa classe contribuiu com 11,3% da taxa global, os semi-manufaturados com 3,4% e os manufaturados com 3,1%. Considerando o período que se inicia em 1971 e que segue até 1974, a taxa global de 54% obtida pelo setor está decomposta do seguinte modo: manufaturados, 10%; semi-manufaturados, 11%; e básicos, 33%.

- 6.5. Os dados mostram que, nos dois períodos em análise, a contribuição dos produtos básicos foi preponderante, tendo durante a série 1967/73 participado com 62% da taxa global de crescimento do setor e, no período 1971/74, com 61%. Deduz-se daí que, não obstante o grande incremento verificado nos últimos anos nas exportações de bens com maior grau de elaboração, os produtos agrícolas em bruto ou com pequeno grau de beneficiamento foram os principais responsáveis pelo elevado crescimento das exportações nordestinas. Não há, portanto, razões para se acreditar que o apogeu das vendas externas nos anos 1972/74 teve como agentes responsáveis apenas as estratégias regionais de caráter promocional levadas a efeito no período 1971/74 e os mecanismos governamentais criados a partir de 1967, já que esta política beneficiou mais a classe dos manufaturados;
- 6.6. As exportações de produtos industrializados (manufaturados + semi-manufaturados) cresceram duas vezes mais que o produto interno bruto da indústria manufatureira, no período em exame, donde se conclui que a expansão das exportações dessas duas classes de produto se deu como decorrência de problemas de mercado, que obrigaram os comerciantes a transferirem mercadorias do mercado interno para o externo, mantendo constante a escala de produção;
- 6.7. As perspectivas de crescimento das exportações nordestinas no quinquênio 1975/79, conforme o Programa de Promoção de Exportações, são bastante favoráveis, devendo a taxa média anual situar-se em torno de 20%. O Programa prevê também uma abertura maior da Região para a conquista de novos mercados e a diversificação cada vez maior da pauta, quando os produtos básicos deverão reduzir de 80% para 50% a sua participação.

## SUMÁRIO

O objetivo desse estudo é analisar o desempenho das exportações do Nordeste para o exterior no período 1967/74 e detectar alguns resultados que o Nordeste pode obter depois da instituição dos incentivos fiscais e da política promocional levada a efeito pela SUDENE, BNB e PROMOEXPORTs, através do Sistema Regional de Promoção de Exportações.

Ao examinar as exportações nordestinas para o exterior no período 1967/74 e ao analisar detidamente a estrutura da pauta, a autora destaca algumas constatações: a) o sub-período 1971/74 foi o mais favorável para o setor, tendo as vendas externas atingido as taxas incrementais mais elevadas; b) durante o período em análise, a contribuição dos produtos básicos na taxa global de crescimento foi preponderante, não obstante o rápido crescimento das exportações de industrializados; c) as exportações de produtos industrializados cresceram duas vezes mais que o produto interno bruto da indústria manufatureira.

Após estas constatações, a autora conclui que a rápida expansão das vendas externas da Região tem pouco a dever aos incentivos federais e à política promocional posta em prática desde 1970, atribuindo à conjuntura internacional de preços dos produtos primários grande parte do êxito das exportações no período. O elevado incremento das vendas externas de produtos manufaturados é visto como decorrente de problemas de mercado interno, pelo que deduz que as vendas se processaram como uma transferência de mercadorias do mercado interno para o externo, mantendo a escala de produção mais ou menos constante.

## SUMMARY

The objective of this study is to analyse the performance of the Northeastern exports during the period of 1967 to 1974, and to infer results which the northeast could after the establishment of the fiscal incentives and of the Promotional Policy carried out by SUDENE, BNB and PROMOEXPORTs, through the Regional System of Promotion of Exports.

Examining the northeastern exportations from 1967 to 1974 and making a careful analysis of the structure in view, the authoress emphasize some points: a) the sub-period 1971/74 was more favorable for the sector, with external sales up to higher incremental rates; b) during the analysed period, the contribution of the basic products in the global rate of development was preponderant, in despite of the fast growth of the exportations of industrialized products; c) the exportations of industrialized products grew twice more than the gross domestic product of the manufacturing industries.

After these observations the authoress concludes that the fast expansion of sales of the region has little to owe to the federal incentives and the promotional policy carried out since 1970. She imputes a great deal of the success of the exportations in the period to the international conjuncture of prices for the agricultural products. The high increment of the external sales of manufactured products is pointed out as a consequence of the problems of the internal market, what takes the authoress to infer that the sales worked as a transference of goods from the internal to the external market in order to maintain the scale of production more or less constant.