

■ Governo do Estado do Pará
Universidade do Estado do Pará
Centro de Ciências Sociais e Educação



Rua do Una, 156, entre
Djalma Dutra e José Pio
CEP.: 66050.540

Fone/Fax: (91)3244.5460
www.uepa.br



XII SEMANA ACADÊMICA DO CCSE/UEPA “Múltiplos Saberes Amazônicos”

COMÉRCIO EXTERIOR: TENDÊNCIA PROMISSORA PARA A AMAZÔNIA

Mini-curso de 6 horas apresentado por Marcela Conceição, estudante do 3º ano do curso de Bacharelado em Secretariado Executivo Trilíngüe, sob orientação da Professora Alba Lúcia da Costa de López.

“Comércio Exterior: Tendência Promissora para a Amazônia”

Ministrante: Marcela Conceição

Quando pensamos em Economia, geralmente pensamos naqueles termos das bolsas de valores, ou então na cotação do Dólar e do Euro, nas tributações que os produtos sofrem ao entrarem e saírem do país e em quanto está a taxa de juros dos bancos. O funcionamento da Economia nasceu paralelo ao desenvolvimento dos grupos humanos e, desde então, evoluiu para o que hoje conhecemos, ainda que superficialmente e de maneira empírica.

O Comércio Exterior é uma das áreas estudadas pela Economia e se configura num assunto de significativa importância atualmente, principalmente para a nossa Região Amazônica, que é a única do Brasil a abrigar uma Zona Franca. Você sabe como funciona uma zona franca? Sabe onde surgiu a primeira idéia de zona franca do mundo? Então, aproveite estes três dias e viaje conosco nesse incrível mundo do Comércio Exterior.

FATOS ECONÔMICOS: CONSUMO E PRODUÇÃO

Ao longo do tempo o homem se viu em situações de subsistência. Na Antigüidade (primórdios da História) o homem necessitava de alimentos, vestuário e habitação, como elementos básicos para sua sobrevivência. Esse processo evoluiu, as comunidades humanas progrediram e se depararam com o esgotamento em médio prazo dos seus elementos básicos. Dessa maneira, tiveram de começar a produzir, a plantar e, assim, a desenvolver técnicas que agilizassem uma maneira de suprir a demanda, que crescia demasiadamente.

E assim surgiram os dois fatos econômicos básicos conhecidos de todos nós e que fundamentam os estudos econômicos até os dias de hoje: *consumo* e *produção*. Com isso, avançamos na História e as comunidades que, séculos depois formariam as sociedades, para se manterem como primeiro modelo de sistema social e para funcionarem organizadamente, se dividiram no processo laboral, o que é chamado de divisão do trabalho. A divisão do trabalho

permitiu maior dinamização na produção e especialização na qualidade dos produtos. Isso gerou uma grande necessidade, também, das relações de troca entre os povos e entre comunidades diferentes.

As trocas no período pré-histórico ocorriam entre habitantes de uma mesma comunidade. E com o progresso das relações humanas, essas trocas passaram a ocorrer entre comunidades, depois entre as sociedades, depois entre nações evoluindo, então, para as relações comerciais no mundo.

O COMÉRCIO NA ERA DA INFORMAÇÃO

Na Era da Informação quem não consegue compreender que o mercado e as relações comerciais se dão no âmbito global está seriamente fadado à marginalização em todos os aspectos da vida social. As fronteiras já não mais existem e cada um pode ser o protagonista de um protótipo de negociação.

Que o diga os *market spaces*, termo da Administração referente aos sítios onde há comercialização, exemplificados na prática por sites de compra e venda livre, em que cada um oferece seu produto e monta o seu plano de negociação, bem como compra também o produto que quer, da maneira que lhe convém. Cada um monta sua venda e compra como quer. Qualquer pessoa pode lançar uma oferta de um produto e vender ou comprar, aproveitando boas propostas de comercialização dos produtos de outrem.

A Internet aparece nesse contexto de Economia Internacional como o dinamismo das relações comerciais da Contemporaneidade. A justificativa é a de que a internet dispensa a figura do intermediário, que embargava, outrora e convencionalmente, negócios entre empresas de países diferentes. Hoje em dia, por exemplo, sai muito mais barato atingir públicos consumidores em países diferentes.

Como exemplo desse processo, temos:

Para alcançar 700 milhões de assinantes,

- A telefonia fixa levou 117 anos;

- A telefonia móvel, 17 anos;
- E a internet, apenas 9 anos.

Entretanto, como todo esse sucesso meteórico da Internet, ela causa um problema novo na economia internacional. Um exemplo é o fato de que como a mão-de-obra na Índia é mais barata do que nos Estados Unidos, empresas estadunidenses enviam, pela internet, relatórios referentes a solicitações de créditos para serem analisados por analistas indianos. Há redução de custos para essas empresas, contudo, em contrapartida há, também, redução de empregos nos Estados Unidos.

IMPORTAÇÃO & EXPORTAÇÃO: A VIA DE MÃO DUPLA DO COMÉRCIO

Importar é comprar. Exportar é vender. Compra-se aquilo que se faz necessário à produção e de que se dispõe internamente, a priori, e vende-se aquilo que outrem não possui ou deseja ter para gerar renda. Porém, para importarmos podemos gerar desempregos, mas se produzimos geramos empregos. Se para produzir exige-se determinado material que não se tem, a importação, então, faz-se necessária.

No exemplo da indústria farmacêutica, no Brasil, é menos custoso importar tecnologia pronta e produtos novos do que produzir aqui. Mas como todo benefício também traz seu lado negativo, isso impede, em médio prazo, o desenvolvimento científico e a criação de novos produtos na área que, no futuro, poderiam gerar lucros, só que com a *exportação*.

A Exportação é a atividade econômica que insere o país no mercado mundial. Em Belém, todo ano, na época da Semana Santa há embargo na exportação do peixe para outras regiões do país. Isso vem acontecendo nos últimos anos porque havia a reclamação de que ficavam disponíveis ao comércio interno somente os ‘piores peixes’, enquanto os de melhor qualidade saíam da cidade neste período por meio da exportação.

Acontece que a falta de uma mercadoria ou sua baixa qualidade estão relacionados ou a uma *causa conjuntural* (quando um acontecimento atípico ocorre repentinamente prejudicando a comercialização da mercadoria) ou a uma *causa estrutural* (quando tal problema é permanente e prejudica em longo prazo). Pode haver, também, crescimento do consumo não acompanhado do crescimento produtivo.

Em todo o caso, a exportação gera empregos e divisas. Ao passo que é rentável exportar mais para outros países (os mais ricos) é inviável pensar numa igualdade comercial, visto que os benefícios aos países pobres seriam maiores que qualquer programa de ajuda financeira. Por isso que a política econômica externa estabelece alguns parâmetros para os países dependentes de seus recursos que impedem ligeiramente a possibilidade de uma comercialização igualitária.

No caso da exportação o Brasil é um país que exporta com carga tributária, o que torna nossos produtos menos competitivos no mercado mundial. Em contrapartida há países que até subsidiam matéria-prima para seus produtores, a fim de baratear ainda mais o produto final destinado à exportação. O ideal é que os produtos a serem exportados não devem ser acrescidos de impostos. Devido às cargas tributárias que o Brasil impõe a seus produtos, um mecanismo de isenção de impostos a fim de aumentar e promover a exportação foi desenvolvido, o *drawback*.

Drawback é uma palavra inglesa muito utilizada no comércio internacional que significa, literalmente, desconto ou abatimento. Funciona da seguinte maneira: um exportador importa matéria-prima para produzir as mercadorias a serem exportadas. Por sua vez, essas mercadorias não pagam taxas tributárias aduaneiras devidas. É uma estratégia muito inteligente sem a qual os produtos nacionais ficariam mais caros no exterior perdendo, assim, competitividade. É simples e não afeta a arrecadação do governo, visto que a matéria-prima utilizada para confeccionar os produtos não provém do território nacional, portanto o ônus não existe.

O drawback precisa ser fiscalizado constantemente, pois o produto que foi produzido a partir desse mecanismo não poderá ser comercializado internamente, ele é específico à exportação. Essa isenção atinge todos os tipos de matéria-prima, desde recursos minerais a um animal que após o abate, será industrializado e exportado.

Os benefícios do drawback podem ocorrer de três maneiras:

Suspensão: quando um exportador apresenta um plano de uma importação relacionada a uma futura exportação. Importa a matéria-prima isenta do imposto aduaneiro, tendo um prazo pré-determinado para comprovar o cumprimento de seu plano.

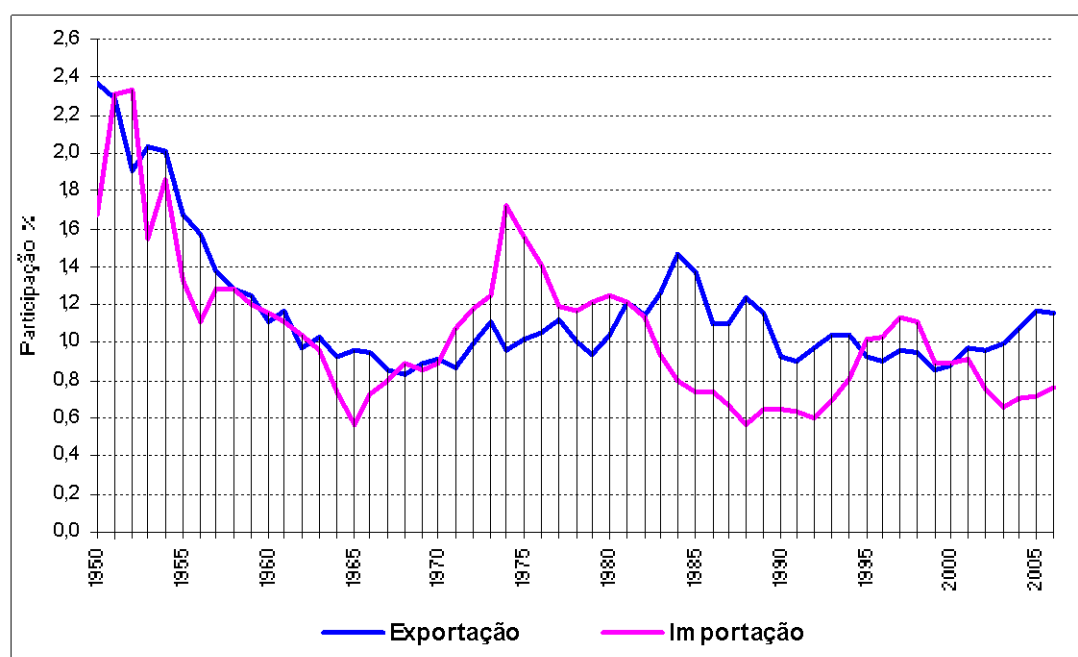
Isenção: quando a exportação é feita sem o benefício da suspensão e o exportador utiliza a matéria-prima de seu estoque, já tributada. Então, após a transação comercial o mesmo solicita a importação da mesma quantidade de matéria-prima já usada na exportação anterior com isenção do imposto aduaneiro para repor seu estoque. E essa mercadoria, apesar de isenta, poderá ser aproveitada para o comércio interno, visto que sua matéria-prima substituiu a anterior já tributada.

Restituição: o exportador já usou matéria-prima tributada e não deseja, no momento, importá-la (se solicitasse imediatamente, seria isenção); nesse caso, solicita restituição do imposto aduaneiro.

Há, também, o drawback verde e amarelo. Esse é utilizado para driblar o IPI (Imposto sobre Produto Industrializado). Consiste na compra pelo exportador de matéria-prima nacional, que por sua vez está sujeita ao IPI. Como ele comprova que a mercadoria se destina ao mercado externo, a matéria-prima fica isenta desse imposto.

Observe o gráfico a seguir e entenda como ocorreu a evolução das importações e exportações no Brasil de 1950 a 2006:

**Participação % do Brasil nas Exportações e Importações Mundiais
1950 a 2006**



O saldo da Balança Comercial Brasileira é medido pela diferença do valor entre as Exportações e as Importações durante um período. Se num ano o país exportou mais e importou menos, o saldo da balança comercial será positivo e isso representa um superávit e quando o país importa mais do que exporta o saldo da balança comercial é negativo, o que representa um déficit.

ZONAS FRANCAS

As zonas francas são áreas geográficas que um país limita a fim de proporcionar benefícios fiscais e aduaneiros para as mercadorias estrangeiras que ali ingressam. Pode ser um porto, conhecido como *porto livre*. Essas áreas são consideradas externas ao território aduaneiro nacional onde está instalada. Portanto, é um espaço internacional, livre para o comércio exterior. O valor das mercadorias estrangeiras apenas é acrescido de taxas

tributárias se saírem da zona franca para ingressarem no mercado no próprio país.

O objetivo da zona franca é estimular o comércio e, conseqüentemente, desenvolver a região. A prática começou na Idade Média e, como exemplo, podemos citar as cidades européias de Veneza, Gênova, Nápoles, Marselha e Hamburgo. Essas cidades ficaram conhecidas como *cidades livres*.

As zonas francas podem servir somente de entrepostos comerciais somente quando exportam, importam e reexportam mercadorias. As zonas francas também podem exercer atividades tanto comerciais quanto industriais, quando também importam matéria-prima e bens semi-elaborados a fim de manufaturá-los e, posteriormente, comercializá-los.

Podem concorrer com as indústrias do próprio país e constituem, geralmente, grandes focos de contrabandos. Faz-se necessária uma fiscalização muito mais rigorosa do que a comum.

As zonas francas oferecem inúmeras vantagens tanto para importadores quanto para exportadores. Para o importador há diminuição no capital de giro, já que todos os riscos quem corre é o exportador estrangeiro. Isso proporciona maior tranquilidade ao importador, que pode comprar em quantidades reduzidas e faz com que esse possua imediatamente a mercadoria, pois a mercadoria já está no país e ele não precisa esperar o despacho do exterior.

Para os exportadores há facilidade na distribuição de sua mercadoria no exterior. Há maior e melhor aproveitamento do transporte, que vai e volta sempre lotado de mercadorias reduzindo, dessa forma, o custo do frete. Há benefícios altos para a economia nacional, posto que quando a zona franca desenvolve atividades industriais, importa matéria-prima de outras regiões econômicas gerando empregos e aumentando o fluxo logístico.

O melhor exemplo é a Zona Franca de Manaus. É a única zona franca do Brasil e fica na Região Amazônica, que é a região que comercialmente se tornou relevante após a instalação da zona franca. A Zona Franca de Manaus

foi criada em 20 de fevereiro de 1967 pelo Decreto-lei nº 288, em meio ao regime militar sob o projeto de desenvolver a região economicamente, promover a ocupação da região e de suas regiões fronteiriças, atenuar as desigualdades entre as regiões brasileiras e entre a Amazônia oriental e a ocidental.

A Zona Franca de Manaus exerce, além de atividades comerciais, atividades industriais, exemplificada pelo Parque Industrial, com a presença de indústrias multinacionais como Coca-Cola, Honda, Gillette, Philips, Xerox, Panasonic, Toshiba, Sony, Kodak, Sanyo, LG entre outras. Porém há um agravante. A Zona Franca de Manaus foi idealizada para voltar-se à exportação, no entanto trabalha mais para o mercado interno. Para um faturamento de US\$ 13 bilhões, exporta somente US\$ 200 milhões.

O Parque Industrial gera 50 mil empregos diretos e mais de 250 mil em todo o país e, nos últimos anos, empresários e executivos do Sul e Sudeste do país têm deixado seus estados para trabalharem no Parque Industrial da capital amazonense, já que há maior oferta de emprego, menos competitividade (por ainda não haver mão-de-obra qualificada suficiente) e piso salarial muito maior.

AS PERSPECTIVAS COMERCIAIS PARA A AMAZÔNIA

Belém e Manaus são as principais capitais da região Amazônica e, ambas, representam os maiores índices de contribuição comercial que a região gera. Embora Manaus possua uma região isenta de impostos aduaneiros e um Distrito industrial isso não é suficiente para que o estado do Amazonas gere mais renda do que o estado do Pará. Belém não possui um pólo industrial, porém a atuação efetiva da Companhia Vale do Rio Doce eleva os índices de renda gerada pelo estado.

Agora compare as tabelas a seguir:

BALANÇA COMERCIAL

Belém (PA)

US\$ FOB

UF15_B0

15.01402

Mar-2007

Ano / Mês	Exportação		Importação		Saldo
	Valor (A)	Var% (*)	Valor (B)	Var % (*)	(A) – (B)
2000	195.555.036	20,22	113.920.274	65,52	81.634.762
2001	171.837.492	-12,13	80.238.280	-29,57	91.599.212
2002	157.539.681	-8,32	59.567.138	-25,76	97.972.543
2003	187.483.987	19,01	62.394.632	4,75	125.089.355
2004	235.066.127	25,38	56.140.231	-10,02	178.925.896
2005	265.411.250	12,91	40.539.906	-27,79	224.871.344
2006	326.409.918	22,98	36.025.330	-11,14	290.384.588
Janeiro	21.107.382	---	1.693.319	---	19.414.063
Fevereiro	17.087.307	-19,05	1.657.918	-2,09	15.429.389
Março	23.610.547	38,18	6.125.305	269,46	17.485.242
Abril	20.526.332	-13,06	2.813.842	-54,06	17.712.490
Mai	25.321.187	23,36	927.571	-67,04	24.393.616
Junho	31.149.195	23,02	2.801.806	202,06	28.347.389
Julho	29.159.233	-6,39	1.687.252	-39,78	27.471.981
Agosto	27.459.000	-5,83	2.378.469	40,97	25.080.531
Setembro	32.268.047	17,51	4.688.646	97,13	27.579.401
Outubro	36.216.725	12,24	4.074.817	-13,09	32.141.908
Novembro	33.900.419	-6,40	2.415.633	-40,72	31.484.786
Dezembro	28.604.544	-15,62	4.760.752	97,08	23.843.792
2007	94.758.403	53,32	11.457.489	20,90	83.300.914
Janeiro	30.019.422	---	4.612.913	---	25.406.509
Fevereiro	33.420.961	11,33	2.653.816	-42,47	30.767.145
Março	31.318.020	-6,29	4.190.760	57,91	27.127.260

Fonte: Ministério do Desenvolvimento, indústria e Comércio Exterior - MDIC.

O estado do Pará não teve nenhum déficit desde o ano 2000 até março de 2007. Diferentemente do estado do Amazonas.

Observe abaixo:



BALANÇA COMERCIAL

Manaus (AM)

US\$ FOB

UF13_B0

13.02603

Mar-2007

Ano / Mês	Exportação		Importação		Saldo
	Valor (A)	Var% (*)	Valor (B)	Var % (*)	(A) – (B)
2000	769.049.517	82,44	3.932.868.904	36,43	-3.163.819.387
2001	856.210.737	11,33	3.360.354.470	-14,56	-2.504.143.733
2002	1.037.441.830	21,17	3.084.790.309	-8,20	-2.047.348.479
2003	1.271.813.705	22,59	3.432.814.919	11,28	-2.161.001.214
2004	1.136.303.629	-10,65	4.327.955.837	26,08	-3.191.652.208
2005	2.111.224.355	85,80	5.216.698.102	20,53	-3.105.473.747
2006	1.515.123.072	-28,23	6.251.809.183	19,84	-4.736.686.111
Janeiro	101.210.547	---	428.158.420	---	-326.947.873
Fevereiro	151.221.653	49,41	419.180.477	-2,10	-267.958.824
Março	185.233.389	22,49	634.853.867	51,45	-449.620.478
Abril	108.564.872	-41,39	536.153.663	-15,55	-427.588.791
Mai	144.211.656	32,83	593.280.877	10,66	-449.069.221
Junho	122.866.285	-14,80	603.031.179	1,64	-480.164.894
Julho	139.856.880	13,83	560.105.175	-7,12	-420.248.295
Agosto	160.334.651	14,64	563.160.509	0,55	-402.825.858
Setembro	132.004.669	-17,67	542.112.869	-3,74	-410.108.200
Outubro	107.699.642	-18,41	538.967.722	-0,58	-431.268.080
Novembro	100.637.544	-6,56	461.058.886	-14,46	-360.421.342
Dezembro	61.281.284	-39,11	371.745.539	-19,37	-310.464.255
2007	203.870.929	-53,42	1.434.304.533	-3,23	-1.230.433.604
Janeiro	62.934.890	---	436.844.178	---	-373.909.288
Fevereiro	54.379.907	-13,59	430.946.074	-1,35	-376.566.167
Março	86.556.132	59,17	566.514.281	31,46	-479.958.149

Fonte: Ministério do Desenvolvimento, indústria e Comércio Exterior - MDIC.

Como você pode observar o estado do Amazonas teve déficit de 2000 a março de 2007. Como já citado anteriormente, isso se deve às baixas taxas de exportação. A Zona Franca de Manaus tem servido maciçamente ao mercado interno, importando muito mais do que exporta.

É certo, também, que o estado do Pará não lucra tudo o que deveria com a presença da segunda maior mineradora do mundo, entretanto os benefícios locais que a empresa oferece são mais relevantes do que o Parque Industrial em Manaus oferece ao estado todo.

O estado do Pará conta também com o *agrobusiness*, que cresce significativamente no estado e recebe apoio de empresas públicas com,

investimentos estrangeiros, como o Banco da Amazônia Sociedade Anônima - BASA. O BASA apóia projetos nessa área, promovendo o desenvolvimento científico e tecnológico do estado, junto com instituições como a EMBRAPA e o SEBRAE. O Banco da Amazônia publica semestralmente a revista “Amazônia - Ciência & Desenvolvimento” que traz artigos científicos acerca

Por esses motivos, há uma maior comunicação da região amazônica com o mercado externo, sem a necessidade de intermediários das regiões Sudeste e Sul do Brasil. Isso favorece nossas relações com outros países, fortalecendo nossas relações principalmente com os nossos países vizinhos. O estado do Pará ganhou na última semana um centro de convenções, um dos maiores projetos, se não o maior projeto, já realizados pelo Governo do Estado. O Hangar representa uma possibilidade imensurável de atração de investimentos nacionais e internacionais para o estado.

Eventos antes não realizados por falta de um espaço adequado, agora terão maior repercussão e desenvolvimento, a começar pela VIII Feira da Indústria do Estado do Pará, promovida pela Federação das Indústrias do Estado do Pará (FIEPA), que será realizada do dia 23 ao dia 26 de maio. Sem falar dos eventos já agendados como a XIX Feira Internacional de Turismo da Amazônia, evento que atrai expositores de vários países, importante rede de negócios.

Com tantas oportunidades e possibilidades de investimentos para a região será difícil o estado não crescer mais. As tendências são excelentes e, mais do que nunca, estudantes devem estar atentos para o mercado, para o que se passa em seu meio. Tudo acontece, é só participar e fazer contatos. Eventos de grande porte como os que acontecerão no Hangar daqui para frente de repente podem render muito mais do que um bom contato, podem render um estágio, um curso e, até mesmo, um emprego.

Então, estejamos agora atentos aos sinais do mercado, que são mais presentes em nossa vida do que possamos imaginar!

BIBLIOGRAFIA

- “Economia Internacional e Comércio Exterior”. Jayme de Mariz Maia, 9ª Edição - Editora Atlas, 2004;
- “Introdução às Relações Internacionais”. Robert Jackson e Georg Sørensen, Editora Jorge Zahar, 2007;
- “Amazônia - Ciência & Desenvolvimento”. ISSN 1809-4058 - Ano 1, Número 2. Janeiro/ Junho 2006;
- “História - Coleção Horizontes”. Marlene Ordoñez e Júlio Quevedo, Editora IBEP;

Sites consultados:

- Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior:
<http://www.desenvolvimento.gov.br> ;
- World Trade Organization - WTO (Organização Mundial do Comércio - OMC):
<http://www.wto.org> ;
- Superintendência da Zona Franca de Manaus (Suframa):
<http://www.suframa.gov.br> ;
- Eduquenet:
<http://www.eduquenet.net> .

