

**INSERÇÃO INTERNACIONAL E SEUS REFLEXOS SOBRE A ATIVIDADE
ECONÔMICA: A EXPERIÊNCIA DE PINHALZINHO-SC,
NO PERÍODO DE 1991-2004**

Darlan Christiano Kroth⁸
Arlei Luiz Fachinello³
Rosemari Fátima Orlowski⁹

Resumo: O presente artigo tem como objetivo investigar o processo de inserção internacional do município de Pinhalzinho-SC, no período de 1991 a 2004, através de resultados de entrevista realizada com empresas exportadoras do município. Um objetivo adicional do estudo é analisar se as exportações confirmaram-se como um dos principais fatores que promoveram o crescimento econômico local. Esta relação vai de encontro com a teoria da base exportadora, a qual aponta que o aumento das exportações cria divisas para o município, bem como efeitos *spillovers e linkages* sobre os demais setores, contribuindo para a geração de emprego e renda. A pesquisa possibilitou verificar que as políticas comerciais adotadas pelo país nos finais da década de 1980 e início de 1990, como a liberalização da economia e a assinatura do acordo com o Mercosul, respectivamente, favoreceram a entrada do município neste tipo de comércio. Para tanto a participação em feiras e o relacionamento com *tradings* promoveram o contato com o mercado externo. Ao longo do período surgiram 22 empresas exportadoras, e que apresentaram um valor médio exportado crescente no período. Apesar da ampla gama de países de destino, a Argentina confirmou-se como principal cliente dos exportadores pinhalenses. Dadas as evidências do trabalho, sugere-se que, o incentivo às exportações, aliado as vantagens comparativas de cada município, pode ser uma política de crescimento econômico a ser seguida. Conforme exposto no trabalho, a prospecção de clientes externos e a educação/qualificação dos empresários para as vendas externas são as primeiras práticas a serem seguidas.

Palavras-chave: Comércio Exterior, Crescimento Econômico, Base Exportadora.

⁸ Aluno do Programa de Mestrado em Economia UEM-PR, professor Economia UNOCHAPECÓ. E-mail: darlanck@yahoo.com.br.

³ Doutorando pela ESALQ/USP, professor Economia UNOCHAPECÓ. E-mail: fachinello@hotmail.com.

⁹ Mestre em Desenvolvimento Regional (UNISC-RS), professora Economia UNOCHAPECÓ, E-mail: rosemarif@yahoo.com.br

1. INTRODUÇÃO

O comércio exterior foi promovido nas últimas décadas como um dos principais fatores responsáveis pelo crescimento econômico. Esta promoção é decorrente da experiência exitosa de alguns países, sobretudo do leste asiático, que apresentam economias mais abertas ao comércio internacional. Com este cenário prolifera-se a realização de políticas de abertura comercial, promovida por quase todos os países.

Há dois fatores que levam a apontar o comércio internacional como grande propulsor do crescimento econômico. O primeiro está relacionado com as importações, que podem proporcionar a expansão da base tecnológica do país, contribuindo para melhoria da competitividade das empresas domésticas, além de incentivar a concorrência interna favorecendo para a eliminação de monopólios existentes no país. O outro aspecto, relacionado com a melhoria da competitividade, refere-se a conquista de mercados externos, ampliando o mercado consumidor e a base exportadora. Neste aspecto as exportações seriam um motor para gerar efeitos multiplicadores de emprego e renda na economia.

No rastro desta tendência, o Brasil realiza no início da década de 1990 seu processo de liberalização comercial e realiza a formatação do Mercado Comum do Sul. As políticas adotadas trazem consequências diretas para as empresas domésticas e influenciaram o desenvolvimento regional. Apesar da vasta literatura que aborda o desempenho do comércio exterior do país no período, bem como seus impactos na economia nacional, há uma lacuna para estudos que visam diagnosticar os impactos desta abertura sobre o crescimento regional, sobretudo em pequenos municípios, e a forma com que empresas destas cidades conseguiram inserir-se no mercado global.

O município de Pinhalzinho-SC insere-se neste contexto, por apresentar um desempenho significativo, tanto do número de empresas, como do volume exportado no período de 1991 a 2004, desempenho este, bem acima da média regional. Adicionado a este fator, verificou-se um forte crescimento econômico, com ampliação e diversificação dos setores.

Partindo desta conjuntura o presente trabalho apresenta dois objetivos principais. O primeiro é apresentar a experiência de Pinhalzinho-SC, no comércio internacional. Através de entrevista junto às empresas exportadoras, procurou-se investigar como ocorreu a prospecção de clientes externos, a performance das exportações ao longo do período, e como a conjuntura macro (nacional e internacional) afetaram seu desempenho. O segundo objetivo é

investigar se as exportações contribuíram na promoção do crescimento econômico deste município. Neste sentido, o estudo contribui para a compreensão de como pequenos municípios são afetados com a abertura comercial.

Para tratar dos objetivos propostos, o artigo está estruturado em 5 seções, incluída esta introdução. A segunda seção apresenta o papel da política de abertura comercial como promoção do crescimento econômico, destacando a experiência brasileira, e seus impactos sobre o estado de Santa Catarina. A terceira seção contempla a exposição dos resultados da pesquisa realizada junto as empresas exportadoras de Pinhalzinho-SC, e a quarta faz algumas inferências sobre a influência destas exportações sobre o desempenho econômico do município. A última seção é reservada para as considerações finais.

2. Abertura comercial e crescimento econômico

O processo de mundialização dos mercados, intensificado a partir dos anos 1990, impôs uma nova configuração à economia mundial, ou seja, alteram-se as estratégias das empresas transnacionais, as quais, segundo Nassuno (1998, p. 10), passam a instalar fornecedores e unidades em várias partes do mundo resultando assim num acréscimo das transações comerciais efetuadas entre os países.

Um dos fatores que mais contribuíram para essa conjuntura mundial foi a política de abertura comercial¹ promovida por quase a totalidade dos países do globo. Para Chesnais (1996, p. 22), esta política foi responsável pelo elevado crescimento do comércio exterior no período, sendo que o comércio entre países cresceu, em média, mais que o PIB dos países. Enquanto o PIB mundial cresceu em média cerca de 9,2% a.a. no período de 1982-1990, e de 4,0 % a.a. entre 1990-2000, o comércio exterior atingiu 9,5% a.a. e 4,9% a.a., respectivamente.

O movimento de abertura comercial foi incentivado pela teoria neoclássica de crescimento econômico que indica o comércio exterior como uma das principais variáveis para atingir a ampliação no produto, contrapondo com as políticas substitutivas de importações, realizadas sobretudo, pelos países da América Latina. Esta afirmativa está ancorada no sucesso dos países do leste asiático, conforme indicado por Gonçalves *et al.* (1998, p. 79):

¹ Segundo Nassif (2002, p.14), o processo de abertura comercial pode ser entendido como a diminuição das barreiras tarifárias e não-tarifárias ao comércio externo, sobretudo importações.

...autores como Krueger (1997) e Tsiang (1985) passaram a afirmar que as estratégias de crescimento para fora dos países da Ásia oriental eram uma alternativa, baseada no livre mercado, ao protecionismo latino-americano. Nesse sentido, o sucesso desses países, em especial a Coreia e Taiwan, eram uma demonstração do sucesso das estratégias baseadas em princípios liberais de economia contra estratégias baseadas em princípios keynesianos e correção de falhas de mercado. (...)

(...) Os chamados NICs asiáticos, em especial a Coreia, foram não apenas bem-sucedidos em seu processo de industrialização, mas têm ainda economias com baixa inflação, alto nível educacional e uma distribuição de renda comparável os países europeus.

E também por Krugman e Obstfeld (1999, p. 496)

O ataque à industrialização pela substituição de importações surge do fato de que muitos países que buscam a substituição das importações não têm mostrado nenhum sinal de progresso em relação aos países avançados. Em alguns casos, o desenvolvimento de uma base doméstica de produção de manufaturas parece ter levado a uma estagnação da renda *per capita* em vez de a uma decolagem da economia.

Há dois fatores que levam a apontar o comércio internacional como grande propulsor do crescimento econômico. O primeiro está relacionado com as importações, que segundo Moreira e Correa (1997, p. 7), podem proporcionar a expansão da base tecnológica do país, favorecendo os ganhos de produtividade, além de favorecer a modernização e maior competitividade das empresas domésticas, dada a pressão da concorrência internacional. A entrada de produtos estrangeiros que amplia a concorrência interna, estimula a inovação das empresas e favorece para a eliminação de monopólios existentes no país.²

Por outro lado, essa maior competitividade, pode contribuir para a conquista de mercados externos, ampliando o mercado consumidor e a base exportadora. Neste aspecto as exportações seriam o motor para gerar efeitos multiplicadores de emprego e renda na economia. Para North (1977, p. 302), além da importância direta das indústrias exportadoras para a região, são os efeitos indiretos os mais significativos. As indústrias locais dependem da demanda da própria região, desta forma, tornam-se dependentes das indústrias ligadas à exportação. Conforme aumenta a produção das indústrias exportadoras, aumentam também as necessidades de novas atividades para atender às indústrias destinadas ao mercado externo. Além das exportações propriamente ditas, deve-se considerar os salários, os fluxos de capital, transferências dos governos e indústrias vinculadas à atividades exportadora.³

² Para mais detalhes sobre como a abertura comercial afeta o crescimento econômico, ver Franco (1998) e Jones (2000),

³ Uma apresentação bastante didática da teoria da base exportadora é encontrada em Souza (1999).

O aspecto negativo relacionado ao processo de abertura, e alvo de críticas, decorre que a maior entrada de importações acaba prejudicando o desempenho da indústria doméstica, tendo impactos diretos no mercado de trabalho, até por que segundo Nassuno (1998, p. 31) “a liberalização das importações passa a ser uma pré-condição para que os países atraiam investimentos das empresas transnacionais”. A presente situação impõe um novo paradigma para o desenvolvimento econômico dos países, sobretudo, para os não desenvolvidos, pois essa via de mão dupla nem sempre traz os benefícios sugeridos pela literatura no curto prazo.

Como forma de proteção a esta competição internacional, inicia-se um movimento paralelo à liberalização comercial que é a formação de blocos regionais. De acordo com Kunzler (2001, p. 47), estes acordos surgem, da necessidade dos países adaptarem-se ao novo contexto mundial. Mais que uma busca por novos mercados, os blocos passam a caracterizar por uma estratégia de fortalecer os países membros, buscando ajustes estruturais em suas economias, como por exemplo elevar sua competitividade com vistas a conquistar novos mercados extra-bloco.

Neste contexto é assinado em 1991, o Tratado de Assunção que formaliza o Mercosul, este acordo surge, na visão de Aveburg (1998, p. 17), como a resposta sul-americana ao novo contexto mundial e também como a conclusão de um projeto iniciado ainda na década de 1950, pelos incentivos da CEPAL, para uma maior integração econômica entre os países do continente. Também para este autor, os principais objetivos do Mercosul eram promover o comércio intra-regional, modernizar a economia local e projetar a região de forma competitiva no mercado internacional. Segundo Araújo Jr. (2001, p. 15), dos seus objetivos, o Mercosul conseguiu realizar de forma mais competente a melhoria nas relações de troca, na medida que reduziu os custos de transação. Em relação a estes custos, Aveburg (1998, p. 24), expõe que entre 1991 e 1997 as exportações intrazona em proporção às exportações totais passaram de 11,1% (US\$ 5,1 bilhões) para 24,7% (US\$ 20 bilhões).

2.1 O processo de abertura comercial brasileiro

Nos finais da década de 1980, o Brasil, acompanhando o movimento da economia mundial, inicia seu processo de abertura econômica. Após vários anos convivendo com o modelo de substituição de importações que refletia numa economia basicamente fechada, o país passou a adotar uma nova política comercial, com vistas a integrar o país no mercado internacional. Outro objetivo da abertura, segundo Fonseca *et al.* (2000, p. 5), era promover a modernização da indústria brasileira, que seria estimulada via competição com os produtores

estrangeiros. A estratégia de abertura da economia, conforme Hidalgo (2002, p. 22), fez-se via redução das tarifas para os produtos importados, o processo gradual de abertura teve início em julho de 1988, levando a uma redução na tarifa média de 130% vigente em 1987 para menos de 15% em 1994.

Como principais resultados da liberalização, verificou-se um aumento significativo das importações, estas são decorrentes não só da redução tarifária, mas da valorização que a moeda nacional atinge em 1994, com o Plano Real. Sobre os resultados da balança comercial brasileira a partir de 1990, Macali (2001, p. 23) analisa que a participação do Brasil no comércio mundial apresentou declínio, principalmente no tocante as exportações. Em 1988, o país respondia por 1,23% das exportações mundiais, caindo para 0,93% em 1990. Nos anos subsequentes, já com o Plano Real, as exportações brasileiras vivem seu pior momento, atingindo 0,92%, enquanto que as exportações mundiais, no mesmo período, cresceram cerca de 19,74%.⁴

Sobre os resultados da balança comercial, deve-se ressaltar a influência que a política cambial exerceu, já que a taxa de câmbio é uma das principais variáveis que afetam o comércio exterior. Para o caso brasileiro, ela foi importante em dois períodos, como salientam Gonçalves (2000, p. 37) e Sabbatini (2002, p. 4). A partir de 1994, com a valorização da moeda brasileira através do Plano Real, até finais de 1998, a valorização contribuiu para o aumento das importações. Já a partir de 1999, quando há uma desvalorização do Real, inicia-se uma recuperação das exportações. A Tabela 1, expõe os dados da balança comercial brasileira.

Moreira e Correa (1997, p. 19), destacam ainda que, com a importação teve-se acesso a bens de capital e a insumos tecnologicamente mais avançados e a preços mais baixos. Nesta perspectiva uma das principais vantagens advindas do processo de abertura comercial brasileiro foi o crescimento da produtividade das empresas nacionais, e a melhoria de seus produtos. Com a progressiva conquista da competitividade – tanto em virtude da produtividade como da desvalorização da moeda - o país passa a melhorar seu resultado na balança comercial com produtos manufaturados. Conforme Nassuno (1998, p. 7), a pauta de exportações do país, junto com outros países em desenvolvimento, apresentou uma alteração significativa: os produtos primários reduziram sua participação, enquanto que manufaturados elaborados como máquinas e material de transporte aumentaram.

⁴ Sobre a abertura comercial brasileira ver ainda Scapinello (2001), Bielschowsky e Stumpo (1996).

2.2 A inserção do estado de Santa Catarina e da região Oeste no comércio exterior

Os impactos da abertura comercial e do acordo com o Mercosul, realizados pelo Brasil, também foram sentidos no estado de Santa Catarina e mais precisamente na região oeste. Os impactos foram favoráveis na medida que promoveram uma maior participação do estado no comércio exterior, conquistando bons resultados na balança comercial, além de possibilitar a diversificação de sua produção. A Tabela 1 apresenta a balança comercial do Brasil e do estado de Santa Catarina para o período de 1992 a 2004.

Tabela 1 – Balança Comercial Brasileira e Catarinense -1992 a 2004*

ANO	EXPORTAÇÕES		IMPORTAÇÕES		SALDO	
	BR	SC	BR	SC	BR	SC
1992	35.800	1.790	23.100	409	12.700	1.381
1993	38.783	2.198	27.700	492	11.083	1.707
1994	43.545	2.405	33.079	878	10.466	1.527
1995	46.506	2.652	49.972	1.199	-3.466	1.453
1996	47.747	2.637	53.346	1.249	-5.599	1.388
1997	52.983	2.803	59.747	1.408	-6.765	1.395
1998	51.140	2.605	57.763	1.271	-6.624	1.335
1999	48.011	2.567	49.295	883	-1.283	1.684
2000	55.086	2.712	55.839	957	-753	1.755
2001	58.223	3.028	55.572	860	2.650	2.168
2002	60.362	3.157	47.240	931	13.121	2.226
2003	73.084	3.695	48.305	994	24.780	2.702
2004	96.475	4.854	62.835	1.509	33.641	3.345

Fonte: MDIC (Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior), 2005. *em US\$ milhões

Percebe-se que as exportações catarinenses cresceram 171% no período. Já o saldo da balança, ficou superavitário em todos os anos, alcançando um acréscimo de 142% ao final do período, apresentando um crescimento médio anual acima do verificado pelo país. Outro ponto favorável ao estado, é o fato que o crescimento médio anual das exportações foram de 9,14%, contra 9,05% do Brasil. Também cabe destacar que a participação de produtos industrializados na pauta de exportações catarinenses subiu de 65,3% em 1990, para 73,4% em 1999.

Com os países do Mercosul, o desempenho catarinense foi ainda melhor. No estudo de Carminatti e Fachinello (2002, p. 14), é apresentado alguns resultados obtidos pelo estado no período de 1990 a 2000, com as exportações apresentando um aumento de 802%. Ainda segundo o autor, verifica-se que o Mercosul em 2000, era o terceiro maior importador de nossos produtos, perdendo somente para o NAFTA (Acordo de Livre Comércio da América

do Norte) e União Européia. Individualmente, a partir de 1994, a Argentina passou a ser o segundo maior comprador dos produtos do estado, tendo os EUA como líder.

Estes resultados apontam a importância do bloco para o comércio exterior do estado. Um dos fatores que favoreceram o bom desempenho com o Mercosul foi sua localização próxima aos países do Mercosul, que possibilitou a diminuição dos custos com transportes. Neste contexto, a região oeste ganhou destaque.

O crescimento da participação do oeste catarinense sobre as exportações do estado, pode ser verificado através do estudo de Macali (2001, p. 38). Ao analisar as exportações catarinenses por setor de atividade no período de 1992 a 2000, o autor aponta que os setores que mais se destacaram foram o madeireiro e de alimentos, com uma evolução de 267,1%, e 69,7%, apresentando uma participação de 19,6% e 23,5%, respectivamente, na pauta de exportações catarinenses. Estes dois setores são predominantes na região oeste.

Outra indicação da importância do comércio exterior para a região Oeste de Santa Catarina é a evolução do número de empresas exportadoras. Conforme Carminatti e Fachinello (2001, p. 23), o estado apresentou um crescimento de 246,4% no número de exportadores, passando de 416 em 1989, para 1.441 em 2001. A região oeste alcançou um resultado ainda maior, saindo de 43 empresas, em 1989, para 175, em 2001, acréscimo de 307,0%. Na participação relativa, a região possuía 10,34% do total das empresas do estado, em 1989, passando a participar com 12,14%, em 2001.

Conforme exposto, constata-se o bom desempenho do Estado no comércio exterior a partir de 1990, tendo o Mercosul como um dos grandes parceiros comerciais. A região oeste teve uma relevante participação nesses resultados. Esse dinamismo, pode ter favorecido a geração de externalidades positivas (como emprego e renda) sobre os municípios, aspecto este a ser discutido nas próximas seções.

3. A experiência de Pinhalzinho-SC no comércio exterior

O município de Pinhalzinho foi criado em 07/12/1961, sendo desmembrado do município de São Carlos-SC. É membro da Associação dos Municípios do Oeste de Santa Catarina (AMOSC), estando situado na microrregião de Chapecó e mesorregião Oeste. Conforme IBGE (2005), possui área de 134,4 Km², e sua população total é de 13.219 habitantes, sendo 10.313 urbana e 2.906 rural.

A economia do município está baseada em cerca de 70% no setor de indústria, comércio e serviços, ficando os outros 30% com o setor agropecuário. O predomínio da

indústria, comércio e serviços no município, diferencia-o dos demais municípios da microrregião, pois excetuando Chapecó (considerado pólo-regional), são todos agrícolas. A transformação da economia, com expansão destes setores, deve-se a mudança de direcionamento do poder público⁵.

Quanto a inserção do município no comércio exterior, objeto de estudo do presente trabalho, a mesma inicia a partir do ano de 1991, com a realização de algumas exportações por apenas duas empresas. A Tabela 2 apresenta as empresas que realizaram exportações no período de 1991 a 2004, bem como os anos em que cada uma exportou.

Tabela 2 – Exportações realizadas pelas empresas pinhalenses, por ano - 1991 a 2004

Empresa	Anos														Total
	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	
A*		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	13
B*			X		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	11
C			X	X	X	X	X	X			X				7
D					X	X	X	X	X	X	X				7
E		X	X	X					X	X	X	X	X	X	9
F							X	X	X	X	X	X	X	X	8
G	X	X		X		X	X								5
H*								X	X	X	X	X	X	X	7
I*									X	X	X	X	X	X	6
J*										X	X	X	X	X	5
K										X	X	X	X	X	5
L									X	X	X				3
M											X	X	X	X	4
N	X	X													2
O										X	X				2
P											X				1
Q										X					1
R					X										1
S									X						1
T												X	X	X	3
U													X	X	2
V														X	1
Total	2	4	4	4	5	5	6	6	9	12	14	10	11	12	

*Empresas que também realizaram importações no período.

Fonte: SECEX (Secretaria de Comércio Exterior), 2005 – Elaboração própria

Os dados evidenciam que a conquista de mercados externos pelo município fez-se concomitantemente com o processo de abertura comercial brasileiro e da formação do

⁵ Esta transformação teve como ponto inicial, a instalação, no ano de 1984, do projeto-piloto Programa de Emprego e Renda (PRODER), antigo PADEM, supervisionado pelo SEBRAE/SC, com o intuito de ser um instrumento de promoção do desenvolvimento econômico (disseminação do empreendedorismo e pela criação e desenvolvimento de micro e pequenas empresas), já que naquele momento, o município apresentava economia exclusivamente agrícola e infra-estrutura precária.

Mercado Comum do Sul, tendo uma forte ampliação a partir de 1999, com a desvalorização da moeda nacional. Percebe-se ainda, que poucas empresas mantiveram-se exportando em todos os anos, o que denota a existência de algumas dificuldades no processo ou o desinteresse neste mercado, fatores estes que serão mais detalhados adiante.

A Tabela 3 apresenta a balança comercial do município para o período de 1997 a 2004⁶. No período, o saldo comercial apresentou-se positivo, crescendo a uma média de 36% a.a. acompanhando o crescimento médio anual das exportações que ficaram no mesmo patamar. Percebe-se que, tanto exportações como saldo da balança, atingem um crescimento significativo no ano de 1999, superando 100%, mantendo a partir daí um crescimento anual médio de 28% e 20%, respectivamente. O valor médio exportado manteve um crescimento anual no período superior a 20% .

Tabela 3 – Balança comercial de Pinhalzinho – 1997 a 2005 (US\$/FOB)

Ano	Exportações	Importações	Saldo	Empresas	Exp. Média
1997	1.206.608,00	249.862,00	956.746,00	6	201.101,33
1998	1.438.989,00	219.976,00	1.219.013,00	6	239.831,50
1999	2.973.473,00	57.188,00	2.916.285,00	9	330.385,89
2000	5.936.012,00	679.191,00	5.256.821,00	12	494.667,67
2001	5.345.939,00	1.073.721,00	4.272.218,00	14	381.852,79
2002	5.935.788,00	991.782,00	4.944.006,00	10	593.578,80
2003	8.338.542,00	1.730.829,00	6.607.713,00	11	758.049,27
2004	11.593.371,00	2.539.863,00	9.053.508,00	12	966.114,25

Fonte: SECEX/MDIC, 2005

Quanto às importações, o desempenho foi ainda maior que o das exportações, crescendo em média de 150% ao ano. As importações foram realizadas sobretudo por empresas exportadoras (A, B, H, I, J)⁷. As importações dessas empresas referem-se a aquisição de máquinas e equipamentos e matéria-prima. Este tipo de comércio, denota outro aspecto positivo da abertura comercial sobre o município, no qual as importações contribuem para a melhoria da competitividade das empresas.

Analisando ainda as tabelas 2 e 3, a dinâmica das empresas neste comércio evidencia a forte influência da desvalorização da moeda nacional em 1999, quando há significativa elevação do número de exportadores (de 6 empresas em 1998 para 12 em 2000), e do volume exportado. Neste aspecto, o câmbio contribui em dois sentidos para a inserção internacional dessas empresas, a primeira relacionada a lucratividade das exportações, incentivando a

⁶ Únicos anos disponibilizados pela SECEX, a série histórica da Balança Comercial por município só foi disponibilizada em 2005.

procura por mercados externos pelos empresários locais, *vis-a-vis* o mercado doméstico. O segundo refere-se ao ganho de competitividade, em que os preços dos produtos nacionais ficam mais baratos, contribuindo assim para que as empresas se adaptassem ao novo paradigma internacional.

3.1 Pesquisa junto as empresas exportadoras do município (perfil das empresas)

Esta seção traz os principais resultados obtidos com a pesquisa realizada junto as empresas exportadoras do município de Pinhalzinho. O intuito foi verificar alguns aspectos específicos das empresas pinhalenses que levaram a conquistar mercados externos e obter sucesso neste comércio. A pesquisa de campo foi realizada através de aplicação de questionário contendo 26 questões, abrangendo vários aspectos relacionados ao comércio exterior da empresa.

Segundo dados da SECEX (2005), foram 22 empresas exportadoras ao longo do período de 1991 a 2004. Destas, 17 continuam ativas, 2 foram fechadas, e 3 estão inativas. Desse conjunto, as 17 empresas ativas foram entrevistadas. Na primeira parte do questionário procurou conhecer o perfil dessas empresas. Neste aspecto, 14 delas são de natureza familiar da própria cidade, sendo criadas antes da década de 1990, ou seja, as empresas domésticas lançaram-se no mercado mundial. Das demais empresas que vieram a se instalar no município, os fatores determinantes foram: i) a localização favorável, às margens da BR 282 e próxima a mercados externos, sobretudo do Mercosul, ii) incentivos pela Prefeitura Municipal, como terreno e infra-estrutura básica (luz, água, calçamento); e , iii) facilidade em obter matéria-prima.⁸

Os setores aos quais as empresas pertencem, 7 são do ramo madeireiro, 5 do mobiliário, 3 metalúrgico e 2 do comércio varejista. Há de se considerar que entre as empresas não pesquisadas, uma é do setor de bebidas, uma do madeireiro, duas do mobiliário e uma de comércio varejista. Se analisar os setores por ano exportado verifica-se que o madeireiro foi o setor que mais se destacou na participação geral, estando presente em todos

⁷ No rol das empresas importadoras consta uma empresa não-exportadora responsável por grande volume de importação de insumos/defensivos agrícolas.

⁸ No que concerne aos motivos da escolha do município de Pinhalzinho, é destacado o caso da instalação de filial de empresa argentina, no ano de 1998, que acabou fixando-se no município devido a localização e aos incentivos dados pela prefeitura, na obtenção do terreno e barracão. Foi investigado também que a estratégia de colocar uma filial no Brasil, refere-se ao fato de que a Argentina não possui a matéria-prima utilizada pela empresa (madeira cedro-rosa e cedro-arana), existentes no Brasil. Com a filial poderia-se obter um produto com melhor preço e qualidade, diminuindo os custos que uma importação poderia acarretar. Outra variável responsável pela instalação foi o câmbio favorável no período.

os anos da pesquisa, além de ter o maior número de empresas exportadoras em cada ano. O setor mobiliário aparece no ano de 1992, e desde então participa regularmente nas exportações municipais. O setor metalúrgico, embora apresentando apenas 3 empresas, só não participou no ano de 1995. O setor de bebidas, passou a participar no ano de 2000 em diante, data em que a empresa representante do setor foi inaugurada no município.

Quanto ao porte das empresas, verifica-se que há maior incidência de empresas de nível médio – aspecto este analisado pelo faturamento da empresa - faixa que vai de “R\$ 1,2 milhão a R\$ 10 milhões”, contendo 9 empresas. As pequenas empresas aparecem logo em seguida com 7 unidades, faixa de “R\$ 120 mil a R\$ 1,2 milhão”. Há ainda a ocorrência de uma empresa inserida como de grande porte, faixa “acima de R\$ 10 milhões”. Não houve participação de microempresas. O desempenho por porte, ficou assim: as médias empresas são as que mais exportaram, estão presentes em todos os anos, tendo seu auge em 2001 com 7 empresas. As empresas pequenas, apresentaram também uma série ascendente, ou seja, ao longo dos anos o número dessas empresas aumentou, mesmo depois das crises financeiras que abalaram os mercados emergentes em 1996 a 1999, e da crise da Argentina, mantendo-se exportando e aumentando sua participação.

Dentro desse perfil, foi investigado ainda o volume médio exportado em cada ano, neste sentido constatou-se que 9 empresas exportaram um volume “inferior a 100 mil dólares”, 5 ficaram na faixa “de US\$ 100 a 500 mil”, e 3 exportaram “entre US\$ 500 mil a US\$ 1 milhão”. Das empresas que exportaram nesta última faixa, 2 são de médio porte e uma de pequeno. A maioria das empresas porém situaram-se na faixa “abaixo de US\$ 100 mil dólares”.

No que refere-se a participação das vendas externas sobre o faturamento total das empresas, observa-se a seguinte situação: 44% das empresas, sete, apresentaram mais de 60% do seu faturamento direcionado ao mercado externo, o que determina a importância do segmento. Para 56%, 10 firmas, a participação fica entre 5 e 30%. Foi possível constatar ainda que há 3 empresas que se dedicam exclusivamente à atividade de exportação.

3.2 O modo de inserção e a experiência internacional

Nessa seção, discute-se questões específicas sobre como as empresas pinhalenses conquistaram mercados externos, e como se deu o relacionamento ao longo dos anos. Desta forma, a primeira questão abordada refere-se aos motivos que levaram as empresas a exportar.

O principal fator foi a ampliação de mercados (61%), empresas buscaram o mercado externo para além de poder ampliar suas vendas, ser também uma proteção a eventuais crises no mercado interno. O preço do produto e a boa margem de lucro obtida, foi o segundo fator levantado pelos empresários (23%). Em terceiro lugar aparece a variável demanda externa pelos seus produtos (8%). Os demais fatores considerados foram: redução de impostos (4%) - caso da isenção de ICMS nas exportações -, e por se tratar de filial de empresa estrangeira (4%).

Em seguida foi questionado a forma como as empresas detectaram clientes no exterior. As respostas indicam que o ponto de partida para os exportadores pinhalenses, foi a participação pelos empresários em Feira Internacional na cidade de Montevidéu (Uruguai), em 1992, ano este em que o Mercosul dava seus primeiros passos. As feiras nacionais, como a de Arapongas-PR e de Bento Gonçalves-RS, que são as maiores feiras de móveis do país, possibilitaram uma boa vitrine aos produtos pinhalenses, também fizeram parte na busca por conhecer o mercado internacional e apresentar seus produtos.

As feiras possibilitaram contato com *tradings* - companhias de grande porte que se dedicam ao comércio internacional na prospecção de negócios entre importadores e exportadores -, que buscavam produtos adequados a demanda internacional, sobretudo móveis. As *tradings* foram apontadas por 11 empresas. Verifica-se a importância deste tipo de empresa em localizar clientes e facilitar os trâmites exigidos na realização de exportações. A presença de representantes das firmas no exterior apareceu com 4 indicações. Esta modalidade de busca de clientes, passou a ocorrer com maior frequência a partir do momento em que as empresas internacionalizam-se em maior grau, passando a ter maior experiência neste mercado, fato que ocorre a partir de 1999. Esta modalidade de prospecção foi mais constante nas empresas maiores, por apresentarem melhor estrutura. Há uma empresa, que além de ter representante fixo no exterior, mantém escritório de negócios internacionais, na cidade de Campinas-SP. A mesma empresa possui também rede de assistência técnica em vários países que exporta. Outra, possui funcionário estrangeiro na Argentina, para prospectar clientes naquele país.

A tabela 4, apresenta os produtos exportados⁹, bem como o tipo de diferenciação destes produtos em relação ao direcionado para o mercado interno. Quanto a diferenciação, diagnosticou que das 17 empresas, 4 exportam o mesmo produto que o direcionado ao

⁹ Destes produtos, as empresas pinhalenses agregam quase 100% ao valor, indicando um bom grau de industrialização do produto no município, neste sentido, 6 firmas transformam 100% a matéria-prima e outras 6

mercado interno, 8 empresas, embora exportar o mesmo produto, há alterações de alguns itens, 3 empresas realizam vendas somente para o mercado externo, e 2 empresas fabricam produtos específicos para cada mercado.¹⁰

Tabela 4 – Produto direcionado ao mercado interno e externo, e tipo de diferenciação

Empresa	Mercado Interno	Mercado Externo	Tipo de diferenciação do produto exportado
A		Camas e Beliches de Madeira	
B		Madeira pré-cortada	
C	Camas e beliches de metal	Camas e Beliches de metal	Cores/qualidade
D	Painéis de compensado	Painéis compensado	Medidas/qualidade
E	Madeira pré-cortada	Madeira pré-cortada	Qualidade
F	Portas e janelas	Portas e Janelas	
G	Fogão a lenha	Fogão a lenha	
H	Fogão a lenha e a gás	Fogão a lenha e a gás	Embalagem, modelo
I	Roupeiros, cômodas, kit cozinha	Roupeiros, cômodas, kit cozinha	
J	Painéis de compensado	Painéis compensado	Medidas/qualidade
K	Caixas de madeira, cabos ferramentas	Assoalho, cavilhas, garrafeiro	
L	Cabos ferramentas, portas e janelas	Madeira pré-cortada , assoalho	Qualidade
M		Madeira pré-cortada	
N	Madeira pré-cortada, roupeiro	Madeira pré-cortada, roupeiro	
O	Estofados, roupeiros em MDF	Estofados, roupeiros de pinus	
P	Salas de jantar	Salas de jantar	Embalagem, modelo
Q	Camas e beliches de metal	Camas e beliches de metal	Cores/qualidade

Fonte: Elaboração própria a partir de aplicação de questionários.

As principais diferenças, referem-se ao aspecto da qualidade, tamanho e embalagem. Quanto a este último aspecto, o produto de algumas empresas, que geralmente vai montado, deve ir desmontado, caso de fogões e salas de jantar. Esta exigência deriva do fato de que alguns governos dos países importadores concedem subsídios aos setores que incorporam trabalho de mão-de-obra nas importações, no caso destes produtos há o trabalho de montá-los, gerando empregos. Os países que operam nesta modalidade são: Cuba, Venezuela, República Dominicana e Panamá.

Os produtos exportados são os seguintes: madeira pré-cortada, roupeiros, aberturas (portas e janelas), estofados, camas e beliches tubulares e de madeira, fogões à gás e a lenha,

empresas, 50%. Nas faixas de 20 a 30% e 5% de agregação, figuram-se 2 empresas cada. As empresas que agregam menor valor (nível de 5% de agregação), pertencem ao setor de comércio varejista.

¹⁰ Estas alterações decorrem muitas vezes das preferências dos consumidores daqueles países, culturas e hábitos de consumos, qualidade, medidas e metragens, e modo de embalagem. Como exemplo citado, uma empresa de camas tubulares necessitou alterar a pintura das camas, que passou a ser feita de duas cores, sobretudo vermelho e branco num tipo de cama, e azul e amarelo em outro, devido serem as cores de times de futebol (*River Plate e Boca Jrs*), da Argentina. Outro exemplo, refere-se a empresa de aberturas que necessitou alterar as medidas de seu produto, pois no país comprador, estas eram maiores.

painéis de compensados, salas de jantar, assoalho e cavilhas. Deve-se somar ainda, suco de laranja, produto exportado por empresa que não foi possível realizar a entrevista.

Destaca-se o fato de que alguns desses produtos serviram de matéria-prima nos países importadores, que depois de trabalhados são reexportados. Neste caso, temos o exemplo da China que importa madeira pré-cortada e acaba exportando móveis, sobretudo para os EUA. Há também a empresa argentina que detém uma filial em Pinhalzinho, que importa da filial madeira pré-cortada e acaba exportando o produto acabado, com destino para a Europa. As empresas do setor de comércio varejista, exportam madeira que serve de insumo para empresas de móveis e aberturas na Argentina.

Quanto à existência de barreiras não-tarifárias, para 75% das empresas exportadoras inexistem tal situação; para 25% ocorrem barreiras. As barreiras estão relacionadas à exigência de que a madeira utilizada na fabricação dos móveis seja de matas reflorestadas.¹¹

Ao tratar do destino das exportações pinhalenses, os resultados apontam um mercado consumidor bastante variado, demonstrando a amplitude que as exportações do município conquistaram. No total são 31 países, sendo 3 pertencentes ao Nafta (EUA, Canadá e México), 3 do Mercosul (Argentina, Uruguai e Venezuela), outros 5 da América do Sul (Bolívia, Chile, Peru, Suriname, Guiana), 5 da América Central (Caribe, Cuba, Guadalupe, Panamá e República Dominicana), 4 da África (África do Sul, Angola, Gana e Namíbia), 1 da Ásia (China), 9 para Europa (Alemanha, Bélgica, Espanha, França, Holanda, Inglaterra, Irlanda, Itália e Ucrânia) e 1 país do Oriente Médio (Israel).

Os maiores parceiros desde o início do período, são os países pertencentes ao Mercosul, Argentina e Uruguai¹². Estes dois países mantiveram-se importando em todos os anos da pesquisa. Após o Mercosul predominar como principal importador no início, ocorre aos poucos uma ampliação dos mercados. A China já aparece em 1992, e se mantém ao longo dos anos, também passam a fazer parte da pauta países da Europa, como Inglaterra, França e Holanda; destes, a Inglaterra é o maior parceiro. A maioria dos novos mercados foram conquistados a partir de 1999. O mercado americano passa a ser um grande parceiro pois há um incremento significativo de empresas que exportam para aquele país.

¹¹ Uma situação peculiar, que cabe ser mencionado, refere-se a implantação de uma lei pelo governo mexicano, exigindo que os fogões utilizados pela população deveriam apresentar um selo de qualidade emitido pela empresa fornecedora de gás daquele país. Esta medida visou proteger as empresas domésticas. Atualmente apenas uma empresa havia conseguido quebrar a barreira e introduzir seu produto naquele país.

¹² Apesar da boa performance com o Mercosul, foi levantada algumas críticas pelos empresários ao bloco, como: muita burocracia e existência de muitos entraves para a circulação de mercadorias. Para muitos, o livre-comércio ainda está apenas no campo teórico. Outra crítica dá-se no plano econômico, para o Mercosul ter sucesso, necessita-se melhorar a economia dos países membros

Grande parte das empresas não se mantiveram exportando em todos os anos. Dos fatores abordados para a não-permanência, a cotação da moeda foi o fator mais expressivo, apontado por 4 firmas. Em segundo, são apontados os seguintes fatores, que são: melhora no mercado interno - deve-se somar a este fator a queda da rentabilidade externa -, falta de estrutura da empresa, ou seja, devido a impossibilidade de realizar maiores investimentos com vistas a melhorar a sua competitividade, perderam mercado.

Alguns exportadores responderam que a concorrência internacional é grande, tendo como principais concorrentes, a China e demais países do leste asiático, como Indonésia e Malásia. Há também o fator da crise da Argentina, em 2001. Com a crise, 01 empresa acabou paralisando suas atividades, e outra (filial Argentina), passou a procurar clientes no mercado interno, para não incorrer na mesma situação.¹³

Questionou-se também quais foram as principais dificuldades que um exportador enfrenta nas negociações internacionais. Observa-se uma relação positiva, entre dificuldades e desistência do mercado externo. Os principais pontos levantados, com sete ocorrências cada, referem-se a instabilidade da moeda e preço. A primeira relaciona-se a dificuldade em fazer contratos de longa data, pois o dólar figura-se muito volátil em determinados momentos, trazendo insegurança quanto a lucratividade. Quanto a variável preço, diz respeito a perda da margem de lucro para manter o mercado dado a forte concorrência, ou ainda, quando a moeda desvaloriza muito, o importador quer desconto, enquanto que os preços internos subiram.

Num segundo grau de dificuldade, com 3 ocorrências, aparece a burocracia nos órgãos internos. Os exportadores reclamam que ainda há muita documentação exigida para realizar um processo de exportação, e que, quando necessita-se de documentos de órgãos de fiscalização, caso do IBAMA, a burocracia é ainda maior. Também com o mesmo número de indicações, aparece o fato de adequar o produto às exigências dos importadores. Muitas vezes, é necessário mudar todo o sistema de produção, o que passa a ser inviável, a qualidade exigida também passa a ser um obstáculo.

Pode ser mencionado ainda a dificuldade em localizar clientes no exterior. As políticas de auxílio do governo neste quesito, são quase ineficazes. O que há hoje de ferramenta para localizar clientes, são páginas de classificados na *internet*, que dependem da boa vontade e tempo do importador; e algum incentivo em feiras internacionais. Uma sugestão apontada, seria a criação de *tradings companies* brasileiras nos mercados externos, fazendo o elo entre produto brasileiro e importador, o que já vem sendo realizado por alguns países. Demais

¹³ Crises no mercado doméstico, também acabam afetando as exportações de algumas empresas, pois amplia a procura das empresas nacionais por mercados externos, ampliando assim a concorrência.

dificuldades apontadas são: confiança entre as partes, burocracia dos bancos, comunicação e conhecimento do mercado estrangeiro.

A instabilidade dos mercados internacionais, também acabou afetando as exportações pinhalenses. Dessa maneira, a crise da Argentina, foi a que mais trouxe grandes dificuldades aos exportadores, já que o país era um grande parceiro do município. Com a crise, 4 empresas, acabaram perdendo divisas, ocorrendo redução nas vendas. Em 2001, haviam 6 empresas negociando com este país, caindo para 3, em 2002. Fora a crise argentina, a maior consequência das crises é a retração dos mercados, as economias ficam instáveis, há maior insegurança, e negocia-se menos. As guerras também são prejudiciais, pois além de trazer insegurança, muitos serviços são afetados. A guerra recente no Iraque, resultou na falta de navios para escoar a produção. A maior parte da frota naval estava transportando produtos ao Iraque.

Outras externalidades das crises que foram apontadas são: demora no recebimento, insegurança do importador, preço da matéria-prima - quando atrelada ao dólar -, e especificamente para alguns casos, a recessão dos EUA, em 2001.

Uma das poucas políticas de promoção ao comércio exterior do país, refere-se a linhas de crédito subsidiadas, principalmente linhas voltadas para capital de giro, como ACC/ACE e o Proex, que são uma forma de baratear a produção e proteção cambial em alguns momentos – devido a possibilidade de trava de contratos. Neste sentido procurou conhecer se o desempenho das exportações foi influenciado pelas linhas de crédito específicas.

Os resultados demonstram que das empresas pesquisadas, 56% não utilizam, ou não utilizaram tais linhas de crédito. Os motivos apontados foram: para 67% daquele total, não havia necessidade por crédito, e 33,3%, não tiveram acesso ou não tinham conhecimento. Das empresas que utilizaram o crédito, 70% utilizaram freqüentemente, e os outros 30% eventualmente.

4. Impactos das exportações na atividade econômica

Nesta seção procura-se apontar algumas evidências de que a inserção internacional das empresas de Pinhalzinho, bem como seu desempenho, acabaram contribuindo para a expansão da atividade econômica do município. A Tabela 5, evidencia a evolução do PIB municipal, o qual apresentou um crescimento anual médio no período de

1999 a 2004 de 6%, bem acima das médias estadual e nacional, que foram respectivamente de 3,7% e de 2,3%, respectivamente.

Observa-se que o crescimento do PIB em 2000 acompanhou o salto nas exportações desse ano, e o baixo desempenho em 2001, pode ter sido favorecido pela instalação das crises argentina e americana. Já o crescimento negativo no ano de 2004, pode estar refletindo a valorização cambial, no qual mesmo exportando um valor maior em dólares, a internalização de reais na economia foi menor.

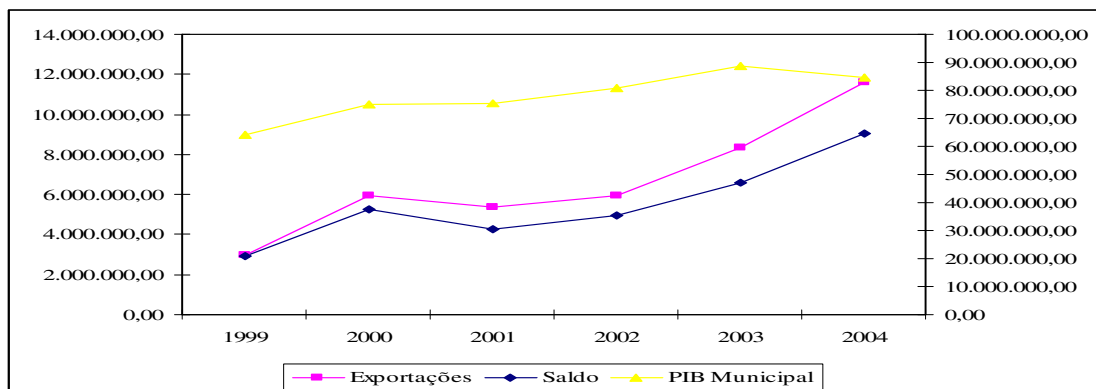
Tabela 5 – PIB, PIB per capita e população de Pinhalzinho-SC, 1999-2004

Ano	PIB Municipal	var. %	PIB per capita	População
1999	64.093.056,00		5.343,31	11.995,00
2000	74.931.567,08	16,91	6.011,36	12.465,00
2001	75.387.044,68	0,61	5.958,98	12.651,00
2002	80.683.677,41	7,03	6.284,26	12.839,00
2003	88.945.861,43	10,24	6.826,76	13.029,00
2004	84.653.369,30	-4,83	6.403,92	13.219,00
Média		5,99		

Fonte: IBGE (2005). Valores deflacionados pelo IGP-M, ano-base 1999. Elaboração dos autores.

Através da Figura 1, pode-se visualizar melhor a correlação entre crescimento econômico e exportações, dando indícios de que esta última variável possa ter contribuído de forma significativa para o crescimento do PIB municipal.

Figura 1 – Evolução das Exportações, saldo comercial e do PIB de Pinhalzinho-SC, 1999-2004



Fonte: MDIC/SECEX (2005) e IBGE (2005), elaborado pelos autores.

O efeito das exportações na atividade econômica, pode ser captado pelo comportamento da geração de impostos no município. A Tabela 6 apresenta a arrecadação de

três tributos (ICMS, ISS e IPTU). Constatou-se que houve um crescimento médio de 7,3% na arrecadação do ICMS, e 15,3% de ISS. O aumento da arrecadação de ISS pode estar indicando que o movimento gerado pelas exportações esteja demandando maior gama de serviços locais. Com as exportações, o setor de transportes é estimulado pela necessidade de escoamento da produção tanto para os países do Mercosul, como para os portos. Este setor acaba também demandando outros serviços (manutenção), movimentando assim o comércio em geral.

Tabela 6 – Arrecadação tributária do município de Pinhalzinho-SC , 1998-2004

Ano	ICMS	IPTU	ISS
1998	1.136.102,28	196.924,10	86.544,31
1999	1.081.907,20	164.076,64	95.512,60
2000	1.110.045,18	154.850,54	122.380,50
2001	1.382.159,54	147.479,43	133.893,31
2002	1.354.267,89	166.220,01	161.604,14
2003	1.306.195,05	204.082,66	174.570,19
2004	1.733.226,91	172.030,79	203.026,55
Var. % média anual	7,29	-1,21	15,27

Fonte: Tesouro Nacional. Valores deflacionados pelo IGP-M, ano-base 1999. Elaboração dos autores

No que confere a evolução da arrecadação de ICMS, pode-se indicar que a mesma é bastante significativa, pois como as exportações são isentas deste imposto, este resultado decorre da movimentação dos setores não-exportadores do município, ou seja, indica o dinamismo ocorrido nos demais setores da cidade.

A Tabela 7, apresenta a dinâmica do número de estabelecimentos, bem como do número de empregos formais no período de 1985 a 2004. Aponta-se um crescimento significativo do município de Pinhalzinho a partir de 1994, estando bem acima da média estadual. No período 1985/1994, o município teve uma evolução de cerca de 35% dos estabelecimentos e de 30% no número de vínculos empregatícios gerados, ficando abaixo e próximo do desempenho do estado, que ficou com 84% e 24%, respectivamente. No período de 1994/2004, o município supera o estado, apresentando evolução de 159% e 175%, contra 93% e 52%, respectivamente, do estado.

Tabela 7 – Evolução do número de estabelecimentos industriais, comerciais e de serviços e do número de vínculos empregatícios em Pinhalzinho e no estado de SC - 1985 a 2004

Anos	Estabelecimentos		Vínculo Empregatício	
	SC	Pinhalzinho	SC	Pinhalzinho
1985	40.419	143	743.443	913
1988	56.912	167	858.681	1.014
1990	59.578	174	861.523	1.035
1992	63.200	189	821.482	1.011
1994	74.280	193	923.592	1.186
1996	86.400	260	909.608	1.965
1998	99.565	305	947.016	2.190
2001	120.564	396	1.143.144	2.447
2004	143.174	499	1.406.247	3.258
Var. (%) 1985/1994	83,78	34,96	24,23	29,90
Var. (%) 1994/2004	92,75	158,55	52,26	174,70

Fonte: MTE/RAIS (2005), elaborado pelos autores.

Ao desagregar a análise por setores, evidencia que este crescimento não foi concentrado naqueles que realizam exportações, mas foi abrangente. No início da década de 1990 haviam poucos setores que predominavam no município, como madeireiro e mobiliário, serviços de reparação e comércio varejista. Existia a carência de alguns, como as indústrias química e de material elétrico. Ao longo da década verifica-se uma diversificação e expansão dos demais setores, fato este, que ocorre paralelamente com a atividade exportadora. Neste panorama, os setores que mais se destacaram foram os setores, metalúrgico e de alimentos, que apresentavam 7 estabelecimentos no ano de 1990, passando a ter em 2004, 13 e 20 estabelecimentos, respectivamente. Outros ainda como construção civil (3 em 1994, para 18 em 2001), transportes (7 em 1994, para 34 em 2004), comércio varejista (50 em 1994, para 173 em 2004), têxtil (6 em 1994, para 20 em 2004) e serviços médicos e odontológicos(1 em 1994, para 17 em 2004).

De posse destes dados, e pela inexistência de outro fato marcante no município, pode-se indicar que as empresas exportadoras de Pinhalzinho, ao elevar sua produção, passaram a fomentar demais setores ligados a ela, como prestadoras de serviços (caso dos transportes) e demandando maior volume de mão-de-obra, o que acabou ampliando a renda do município, tendo um ambiente favorável para gerar externalidades positivas sobre o comércio, serviços e construção civil, dando sustentação ao seu crescimento.

5. Considerações finais

O presente trabalho teve como principal objetivo diagnosticar a evolução do comércio exterior no município de Pinhalzinho-SC, buscando conhecer como ocorreu sua inserção no comércio internacional e o seu desempenho ao longo do período sob análise. Como objetivo adicional, o estudo inferiu algumas análises a respeito da importância deste comércio para o crescimento econômico do município nos últimos anos.

Neste sentido, foi possível verificar que as políticas comerciais adotadas pelo país nos finais da década de 1980 e início de 1990, como a liberalização da economia e a assinatura do acordo com o Mercosul, respectivamente, favoreceram a entrada do município neste tipo de comércio. Para tanto a participação em feiras e o relacionamento com *tradings* promoveram o contato com o mercado externo.

O preço e a possibilidade de ampliar mercados foram os fatores que incentivaram o direcionamento da produção pinhalense ao exterior. Pode-se apontar também que passa a ocorrer uma disseminação da cultura exportadora no município, quando da realização dos primeiros negócios, o que acaba incentivando a entrada de novas empresas. Além da cultura exportadora, verifica-se que a partir de 1999, com a desvalorização da moeda, que melhorou a competitividade dessas empresas e também a rentabilidade deste mercado, há um incentivo adicional que fez crescer significativamente o número de empresas exportadoras.

Com o aumento do número de empresas exportando, amplia-se também o número de países de destino, sobretudo países da Europa, América Central e EUA. Apesar de uma ampla gama de países de destino, o Mercosul, confirmou-se como o principal parceiro das empresas pinhalenses, pois é para os países do bloco que realizou-se as primeiras exportações, e as manteve crescente por todo o período. Uma das variáveis que favoreceu o relacionamento da cidade com o mercado regional, dá-se em virtude de sua localização próxima, atraindo inclusive investimentos estrangeiros por este motivo.

A deflagração dos problemas econômicos na Argentina, nos últimos anos, acaba contendo a expansão das vendas para aquele país, e também para o bloco. Neste sentido, torna-se estratégico para a economia de Pinhalzinho, que se fortaleça o acordo com o Mercosul.

A maioria dos produtos exportados apresentam alto nível de agregação no município, colaborando para a geração de renda. A respeito dos produtos exportados, há maior presença de móveis e derivados de madeira, devido a esses setores que predominam no ramo

exportador. Alguns produtos porém, servem de matéria-prima nos países importadores, que beneficiam-o e reexportam.

Paralelo ao vetor exportador vislumbra no município um crescimento econômico acima da média estadual, que conduz a uma diversificação dos setores, evidenciado pelo aumento do número de estabelecimentos e empregos formais. Outros indicadores que demonstram este bom desempenho é o aumento da arrecadação de ICMS e de ISS. Essa dinâmica deu base para um crescimento sustentável do mesmo.

Ressalta-se que, apesar de reconhecer a existência de vários outros fatores que jogam papel conjunto na determinação da renda, o incremento de vendas para o mercado externo é a variável mais representativa no período para o município, o que leva a apontar que, o comércio exterior foi uma das principais variáveis que favoreceram este processo.

6. Referências

AVERBURG, A. Mercosul: conjuntura e perspectivas. **Revista do BNDES**. V. 5, n. 10, p. 135-150, dez/1998.

BIELSCHOWSKY, R.; STUMPO, G. A Internacionalização da Indústria Brasileira: Números e Reflexões depois de alguns anos de Abertura. In: BAUMANN, R. (org.) **O Brasil e a Economia Global**. Rio de Janeiro: Campus, 1996.

CARMINATTI, C.; FACHINELLO, A. L. **O comércio do oeste de Santa Catarina com os países do Mercosul**. Trabalho Acadêmico (Pesquisa de Iniciação Científica PIBIC/FAPE) – Curso de Ciências Econômicas, Universidade Comunitária Regional de Chapecó, Chapecó, 2001.

_____. **A abertura comercial na década de noventa e seus reflexos sobre o setor exportador do oeste de Santa Catarina**. Trabalho Acadêmico (Pesquisa de Iniciação Científica PIBIC/FAPE) – Curso de Ciências Econômicas, Universidade Comunitária Regional de Chapecó, Chapecó, 2002.

CHESNAIS, F. **A mundialização do capital**. São Paulo: Xamã, 1996. 335 p.

FONSECA, R. *et al.* A orientação externa da indústria de transformação brasileira após a liberalização comercial. **Revista de economia política**. V. 20, n. 3(79), p.22-38, jul-set/2000.

FRANCO, G. H. B. A inserção externa e o desenvolvimento. **Revista de economia política**. V. 18, n. 3(71), p. 121-147, jul-set/1998.

GONÇALVES, R. *et al.* **A nova economia internacional: uma perspectiva brasileira**. 5. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1998. 392p.

GONÇALVES, R. **O Brasil e o comércio internacional: transformações e perspectivas**. São Paulo: Contexto, 2000. 182 p.

HIDALGO, Á. B. O processo e abertura comercial brasileira e o crescimento da produtividade. **Revista de Economia Aplicada**. V. 6, n. 1, p. 79-95, 2002.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Disponível em: <www.ibge.org.br> Acesso em: 18 set. 2005.

JONES, C. I. **Introdução à teoria do crescimento econômico**. 3. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2000. 253 p.

KUNZLER, J. P. **Mercosul e o comércio exterior**. 2. ed. SP: Aduaneiras, 2001. 286 p.

KRUGMAN, P. R.; OBSTFELD, M. **Economia Internacional: teoria e política**. 5. ed. São Paulo: Makron Books, 1999. 863 p.

MACALI, V. A. **Exportações catarinenses: estrutura e evolução ao longo da década de 90**. Monografia (Bacharel em Ciências Econômicas) - Curso de Ciências Econômicas, Universidade do Oeste de Santa Catarina, Chapecó, 2001.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO EXTERIOR. Disponível em : <http://www.mdic.gov.br/>. Acesso em: 11 set 2003.

MINISTÉRIO DA FAZENDA. Tesouro Nacional. Disponível em: < http://www.tesouro.fazenda.gov.br/estatistica/est_estados.asp>. Acesso em: 14 nov 2005.

MOREIRA, M. M.; CORREA, P. G. Abertura comercial e indústria: o que se pode esperar e o que se vem obtendo. **Revista de economia política**. V. 17, n. 2(66), p. 61-91, abr-jun/1997.

NASSIF, A. L. Política industrial após liberalização do comércio exterior: o debate teórico contemporâneo. **Revista do BNDES**. V. 9, n. 17, p. 23-7, jun/2002.

NASSUNO, M. Pressão externa e abertura comercial no Brasil. **Revista de economia política**. V. 18, n. 1(69), p. 26-43, jan-mar/1998.

NORTH, D.C. Teoria da localização e crescimento econômico regional. In: SCHWARTZMAN, J. (Org.). **Economia regional: textos escolhidos**. Belo Horizonte: Cedeplar, 1977. 480 p.

RELAÇÃO ANUAL DE INFORMAÇÕES SOCIAIS. Ministério do Trabalho e Emprego: bases estatísticas. Brasília/DF, vários anos. CD ROM.

SABBATINI, R. **A desnacionalização da indústria brasileira**. Mini-curso de atualização proferido no XXIX ENECO - Encontro Nacional dos Estudantes de Economia – UNISINOS, São Leopoldo-RS, 18 e 19 de julho de 2002.

SCAPINELLO, M. C. **A abertura comercial no Brasil durante a década de 90 e a criação de incentivos às exportações**. Monografia (Bacharel em Ciências Econômicas) - Curso de Ciências Econômicas, Universidade do Oeste de Santa Catarina, Chapecó, 2001.

SECRETARIA DE COMÉRCIO EXTERIOR (SECEX). Bases estatísticas. Disponível em: <<http://www.desenvolvimento.gov.br/sitio/secex/secex/competencia.php>>. Acesso em: 20 out 2005.

SOUZA, N. J. de. **Desenvolvimento econômico**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1999. 368 p.