

# Comércio Exterior como Estratégia de Crescimento Econômico: Uma Proposta de Priorização de Produtos Exportáveis para a Economia Sergipana

## RESUMO

---

Analisa a importância do comércio exterior como elemento de motivação do crescimento econômico em uma região. Tem por objetivo apresentar alguns critérios capazes de subsidiar estratégias de promoção às exportações, utilizando uma metodologia que possibilite a identificação de produtos com potencial exportador, com aplicação na economia sergipana. Usa uma matriz para determinação do potencial exportador, baseada no Índice de Vantagem Comparativa Revelada (VCR). Utiliza dados principalmente do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e do Ministério do Desenvolvimento Indústria e Comércio Exterior (MDIC) para caracterizar a economia sergipana e seu fluxo de comércio exterior e para investigar os produtos que podem ser objeto de ações de promoção das exportações no estado. Os resultados indicam que, de um total de 99 itens exportados por Sergipe em 2007, 35 não apresentam potencial exportador, oito são dinâmicos e 56 apresentam potencial exportador. Isso mostra que há um caminho para o desenvolvimento de estratégias de ampliação das exportações de forma a incentivar a dinâmica de crescimento do estado.

## PALAVRAS-CHAVE

---

Teoria da Base Exportadora; Comércio Internacional; Índice de Vantagem Comparativa Revelada; Potencial Exportador; Sergipe.

### Danilo Felipe Viana Munduruca

- Mestre em Economia pela Universidade Federal de Sergipe (UFS);
- Bacharel em Economia pela Universidade Federal de Sergipe (UFS);
- Atualmente atua como Economista no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Sergipe (IFS).

### José Ricardo de Santana

- Doutor em Economia de Empresas pela Fundação Getúlio Vargas/São Paulo (FGV/SP);
- Mestre em Economia pela Universidade Federal do Ceará (UFC);
- Bacharel em Economia pela Universidade Federal de Sergipe (UFS);
- Atualmente vinculado ao Departamento de Economia e ao Núcleo de Pós-Graduação em Economia da UFS.

## 1 – INTRODUÇÃO

---

A dinâmica do comércio exterior vai muito além do simples processo de compra e venda de mercadorias entre residentes e não-residentes. Ela pode representar um elemento-chave sobre as condições de desenvolvimento de determinadas economias nacionais ou regiões. Uma região sujeita à influência do exterior pode utilizar-se do comércio com este, particularmente na sua capacidade de exportar, como um instrumento para o crescimento econômico, desde que tal atividade sirva de suporte para a expansão da região exportadora.

A expansão das exportações é capaz de exercer um efeito multiplicador sobre as atividades do mercado interno não-exportador, impactando no setor terciário da economia local por meio da criação de demanda por serviços e, por conta disso, incrementando os níveis de renda e de emprego da população. As exportações, portanto, seriam um indutor do crescimento econômico do país ou região, sobretudo em economias pequenas.

O Estado de Sergipe, embora possa ser considerado uma economia pequena no cenário nacional, não tem conseguido fazer uso desse instrumento para elevar seus indicadores de crescimento econômico; ainda que tenha uma dinâmica de crescimento mais acentuada que aquela observada no país, mantém um coeficiente de abertura de 4,0%, em 2007, enquanto o Brasil chega a 25,2% no mesmo período. Isso levanta a possibilidade do estado em aproveitar o comércio exterior como fator adicional para motivar seu crescimento econômico.

Nessa linha, o artigo tem como objetivo geral caracterizar o comércio exterior em Sergipe e apresentar critérios que possam subsidiar possíveis estratégias de promoção às exportações através da apresentação de uma metodologia que possibilite a identificação dos produtos com potencial exportador, com aplicação na economia sergipana.

O artigo foi dividido em três seções. A primeira seção analisa a importância das exportações para o crescimento econômico e a identificação dos fatores relevantes para sua expansão. A segunda seção apresenta a matriz para determinação do

potencial exportador, baseada no Índice de Vantagem Comparativa Revelada (VCR), de Balassa (1965). Por fim, na terceira seção, fez-se uma aplicação da metodologia ao caso da economia sergipana.

## 2 – COMÉRCIO EXTERIOR COMO FONTE DE CRESCIMENTO ECONÔMICO

---

Essa seção destaca, em dois momentos, a relação entre o comércio exterior e o crescimento econômico. Inicialmente, apresenta as teorias que mostram como o crescimento das exportações exerce um efeito multiplicador sobre o mercado interno, dando suporte para o crescimento da região exportadora. Em seguida, a partir das teorias do comércio internacional, discute os fatores relevantes para dinamizar as exportações de uma região.

### 2.1 – Impacto do Comércio Exterior sobre o Crescimento Econômico

A importância do comércio exterior no processo de crescimento econômico de um determinado país ou região é destacada pela Teoria da Base de Exportação e pela Teoria da Base Econômica. No caso da primeira, como argumenta Souza (1999 apud SILVA, 2009a), a ideia é que o crescimento das exportações (atividade básica) gera um efeito multiplicador e de aceleração no setor de mercado interno, não-exportador, através do efeito-renda e dos efeitos de encadeamentos para trás e para frente no processo produtivo, criando demanda por serviços, como transportes, comunicações e financiamentos.

Nessa condição, a possibilidade de aumentar as exportações surge como uma alternativa para a elevação da demanda efetiva, minimizando ou afastando as crises e possibilitando a absorção da oferta de produtos locais pelo mercado global. Assim, uma região ou país que consiga produzir bens com longo alcance, suportando o aumento da complexidade interna de sua economia, pode conquistar novos mercados. Nesse processo, são geradas economias de escala e maior eficiência produtiva, o que reduz os custos médios da economia, estimulando a acumulação do capital e o aumento do nível de emprego. (SOUZA, 2009b).

Segundo este autor, os principais argumentos acerca das vantagens de um modelo voltado ao crescimento das exportações são os seguintes:

- I. as exportações complementam o mercado interno, representando uma alternativa para desafogar os estoques não-vendidos, sobretudo quando houver capacidade ociosa, dada a demanda interna saturada;
- II. o aumento da produção decorrente das exportações possibilita a geração de economias de escala, reduzindo os custos médios, devido à diluição dos custos fixos, e aumentando a margem de lucro, o que estimula os investimentos, gerando novos empregos no mercado interno pelos efeitos de multiplicação;
- III. as exportações contribuem para a melhoria da eficiência produtiva interna, uma vez que a concorrência gerada pelos mercados externos leva a uma maior especialização e à manutenção de elevados padrões de eficiência e competitividade;
- IV. o aumento das exportações permite um melhor aproveitamento dos recursos disponíveis, reduzindo a ociosidade produtiva da economia e aumentando o emprego dos recursos disponíveis, como terras, minerais, mão de obra, empresariado e capitais;
- V. as exportações possibilitam a geração de um processo de interdependência tecnológica e econômica com empresas do mercado interno, pois tende a ocorrer uma maior demanda de serviços e compras de insumos e bens de capitais produzidos internamente.

A despeito dos efeitos positivos elencados, nenhuma atividade exportadora pode-se desenvolver sem o apoio de determinados serviços e sem uma infraestrutura básica, como portos e outros meios de transporte e de comunicações eficientes. Deve-se ressaltar que a base exportadora sozinha não explica integralmente o crescimento econômico de um país ou região. É o caso, por exemplo, de regiões que se industrializam e, mesmo sem atuação significativa no comércio exterior, apresentam crescimento da renda. (TIEBOUT, 1977 apud SOUZA, 2009b).

Considerando tais limitações, a explicação das variáveis de influência sobre o crescimento econômico é ampliada com a teoria de base econômica. Essa teoria considera elementos que, com a diversificação econômica, expandem o nível de renda e emprego, tais como: construção civil e obras de infraestrutura; gastos de turistas; e transferências de renda de não-residentes. (SOUZA, 2009a). Desse modo, juntamente com as exportações, passam a ser levadas em conta na formação da base econômica regional variáveis como investimento autônomo interno, gastos do governo federal e ingresso de capitais externos. Considera-se ainda todo tipo de renda externa que provoque efeitos multiplicadores sobre as atividades de mercado interno, ao expandir os meios de pagamentos internos sem provocar sensíveis aumentos de preços. (SIRKIN, 1959; KOHLER, 2001 apud SOUZA, 2009b).

Neste contexto, Silva (2004a) destaca a importância de se identificarem as inter-relações da economia regional, incluindo aí os fluxos monetários que se movimentam entre as empresas e entre as regiões. Neste caso, é importante identificar a origem e o destino desses fluxos, distinguindo para cada setor ou atividade, qual a parte da produção regional que, direta ou indiretamente, destina-se à satisfação da procura externa e qual parcela destina-se ao atendimento da procura interna, local ou regional. Isso permite avaliar o caminho percorrido por cada unidade monetária que entrou na economia local e o impacto final que provocou na região. O autor destaca ainda que este impacto é mais significativo, em termos de geração de renda e emprego, quanto maior for o tempo de permanência dos recursos na economia da região e maior a reutilização em consumo de produtos e serviços dos diversos setores e atividades de suporte que integram a estrutura produtiva da economia regional.

A importância desta análise se dá devido ao conceito de multiplicador, pois cada nova unidade monetária que entrar em uma região, a partir de uma atividade de base (exportadora), irá dinamizar outras atividades, pela sua permanência e reutilização na economia dessa região. A dimensão do multiplicador irá refletir a capacidade da região de reter os novos recursos para utilização no seu próprio território – do seu nível de endogeneização –, que, por sua

vez, dependerá da estrutura econômica da região. Assim, caso o dinheiro que entrou como “novo” seja reempregado fora da região, ele não terá a utilidade de gerar renda e emprego na região, ocorrendo, por essa via, o que se denomina de “fugas” ou “vazamentos” da economia local. (SILVA, 2009a).

Com isso, pode-se dizer que o modelo de base econômica centra-se em dois elementos fundamentais: o dinheiro que entra na região graças às atividades básicas de exportação e os efeitos de propagação, devido ao impacto multiplicador desse dinheiro na região. As atividades de base (exportadora) só provocarão um efeito multiplicador significativo na região se conseguirem reter seus benefícios econômicos nesta. A representação esquemática do efeito multiplicador pode ser apresentada na forma proposta por Souza (2009a).

$$P = B + N \quad (1a)$$

Onde:

$P$  é o nível global da atividade regional;

$B$  é a base econômica (exportações);

$N$  são as atividades de mercado interno.

Como as atividades locais são dependentes do produto regional, a base econômica é autônoma e, sendo o intercepto nulo, tem-se que:

$$N = b.P \quad (2a)$$

Onde:

$b$  é a propensão média da região a consumir seu próprio produto.

Caso o intercepto linear da função  $N$  seja nulo, como está indicado em (2a), a propensão média  $b$  será igual à propensão marginal. Uma vez que  $P$  é função de  $B$ , pelo próprio conceito de base econômica, podem-se transformar as equações (1a) e (2a), como segue:

$$P = B + N$$

$$P = B + b.P$$

$$P.(1 - b) = B$$

$$P. = \frac{1}{(1 - b)}.B \quad (3a)$$

A equação (3) indica que todas as vezes que variar a base econômica  $B$ , a atividade total  $P$  será aumentada dessa variação multiplicada por  $[1/(1 - b)]$ , o multiplicador das atividades totais da região. Quanto maior for esse multiplicador, mais a região será sensível a uma variação em sua base econômica e mais dependente estará da conjuntura nacional e internacional.

Portanto, o valor do multiplicador depende da magnitude da propensão marginal da região a absorver o seu próprio produto ( $b$ ). Quanto maior for essa propensão, maiores serão os efeitos da base econômica sobre as atividades totais da área. Isso porque, em caso de aumento da renda real da comunidade, conforme destaca Keynes (1985 apud SILVA 2009b), o consumo local tende também a aumentar, ajudando a internalizar os efeitos do crescimento. Conhecer esta propensão ao consumo é fundamental, pois tal relação informará como se repartirá o próximo incremento da produção entre o consumo e o investimento.

O impacto sobre as atividades locais ( $N$ ) pode, então, ser calculado, considerando as equações (2a) e (3a), da seguinte forma:

$$N = b.P$$

$$N = \frac{b}{(1 - b)}.B \quad (4a)$$

O multiplicador das atividades locais, resultante de uma variação na base econômica, é  $[1/(1 - b)]$ . São esses efeitos sobre as atividades locais que constituem o problema central da política regional e o fundamento da Teoria da Base Econômica. Se a base exportadora não for capaz de dinamizar as atividades locais, então ela não constituirá o motor do crescimento regional. A magnitude exata do multiplicador depende da propensão marginal a consumir da área e sua propensão marginal a importar. A propensão marginal a consumir determina a proporção da renda total que será novamente gasta na região a cada giro sucessivo de criação de renda. Já a propensão marginal a importar determina qual a proporção do gasto total, a cada giro, que se desvia da área como resultado das importações e, por isso, não-disponível para novos gastos dentro da área.

Por fim, é importante destacar que o grau de abertura de uma região está muito ligado ao seu tamanho. Ou seja, a necessidade de se relacionar com o ambiente externo, caracterizando uma relação de dependência, será tão maior quanto menor for a região. Assim, para uma região de pequena dimensão, a Teoria da Base Econômica é um modelo pertinente de explicação do nível de atividade econômica local. Porém, quando se trata de uma região de maior dimensão e complexidade, o modelo da base econômica tem o seu valor teórico de explicação bastante reduzido e limitado. (SILVA, 2009a).

## 2.2 – Fatores Relevantes para a Expansão das Exportações

Considerando a importância do comércio exterior, em especial das exportações, para motivar o crescimento econômico de uma região, é relevante pensar nos fatores que podem determinar a expansão das exportações.

Conforme aponta Oliveira (2009), a teoria convencional do comércio internacional baseia-se no princípio das vantagens comparativas proposto por Ricardo, em 1817. Ricardo era um eterno defensor do livre-comércio, resultante de acordos entre países envolvidos, beneficiando as organizações situadas nessas nações, não incluindo a circulação de pessoas. (OLIVEIRA, 2009). Sua proposta de comércio através das vantagens comparativas enfatizava que cada país deveria dedicar-se ou especializar-se onde os custos comparativos fossem menores. (SANDRONI, 2002).

Assim, o modelo ricardiano traz como explicação para os fluxos internacionais de comércio as diferenças relativas de produtividade entre os países, que tenderiam a exportar produtos nos quais fossem comparativamente mais produtivos. As explicações para essas diferenças de produtividade estariam relacionadas, por exemplo, com diferenças climáticas, características nacionais e, segundo alguns autores, diferenças tecnológicas. (DE NEGRI, 2009).

Segundo Jones e Neary (1984 apud ARAÚJO, 2009), o modelo ricardiano é bastante simples, sendo suas principais hipóteses:

1. o trabalho apresentava-se como o único fator de produção podendo mover-se livremente para

o setor de salário mais elevado, o que levava à equalização dos salários entre os setores; ou seja, a mão de obra teria o mesmo preço, sem distinção de setores na economia, sendo que a diferença de valor só existiria entre nações;

2. concorrência perfeita entre os setores, o que assegurava o lucro econômico zero entre estes;
3. equalização dos preços relativos dos bens por via do comércio internacional – hipótese dependente da não-existência de custos de transações dos bens.

Das hipóteses 1 e 2, como mostra Araújo (2009), decorre que os preços dos produtos são tais que:

$$P_j = L_j \cdot W \quad (1b)$$

Onde:

$j$  é o produto em questão;

$L_j$  é a necessidade de trabalho para produção de uma unidade do produto  $j$ ;

$W$  é o salário da economia.

No caso de dois bens ( $j = 1,2$ ) e dois países (local e estrangeiro – sendo o último identificado por \*), afirma-se que o país local terá o menor preço relativo do bem 1 e, portanto, uma vantagem comparativa na produção deste bem se e somente se:

$$\frac{L_1}{L_2} < \frac{L_1^*}{L_2^*} \quad (2b)$$

Tome-se o exemplo apresentado por Istake (2003), no qual este supõe dois países, Inglaterra (I) e Portugal (P), produzindo cada um dois produtos, vinho (V) e tecido (T). A Inglaterra emprega uma quantidade  $L_V^I$  de trabalho para produzir o vinho e  $L_T^I$  de trabalho para produzir o tecido. E Portugal emprega as quantidades  $L_V^P$  de trabalho para produzir o vinho e  $L_T^P$  de trabalho para produzir o tecido. A Teoria das Vantagens Comparativas mostra que o comércio entre os dois países será vantajoso desde que as quantidades relativas de trabalho empregado na produção de vinho e de tecido sejam distintas, ou seja:

$$\frac{L_V^I}{L_T^I} \neq \frac{L_V^P}{L_T^P} \quad (3b)$$

Desta forma, mesmo que Portugal necessitasse de menos horas de trabalho para a produção de vinho e de tecido, o comércio entre essas nações segundo Ricardo, poderia ser justificado, desde que a desigualdade da equação (3b) fosse respeitada. Portanto, para Ricardo, são as quantidades relativas  $L_V/L_T$  que determinam as vantagens do comércio entre nações, o que amplia a possibilidade de este ocorrer. Ou seja, o comércio entre países pode ocorrer sempre que as quantidades relativas de trabalho empregadas na produção de bens sejam diferentes para essas duas economias. (ISTAKE, 2009).

Assim, ao se relacionar o custo de produção de dois bens,  $V$  e  $T$ , produzidos por dois países diferentes,  $I$  e  $P$ , sendo os custos de produção do produto  $V$  expressos em relação aos custos de produção do produto  $T$ , possuirá vantagem comparativa o país em que for menor a relação dos custos dos produtos  $V$  e  $T$ . Para Ricardo, era este o raciocínio que provava ser vantajoso para um país sua especialização internacional. (SANDRONI, 2002).

Entenda-se com isto que as nações devem exportar bens nos quais possuam maior nível de especialização, pois o próprio comércio internacional irá induzir a especialização do país no bem no qual este possua a vantagem comparativa, sendo esta adquirida pela transformação de produtos que apresentem menor custo de produção, obtidos basicamente através de sua mão de obra e do seu capital. (OLIVEIRA, 2009). Entretanto, Araújo (2009) destaca que o teorema de Ricardo não deixa claro como se dará o equilíbrio caso haja uma abertura comercial que dependa também da demanda relativa, pois é a interseção entre demanda e ofertas relativas que fornecerá o preço relativo.

Dá-se que o modelo das vantagens comparativas de Ricardo, baseado na hipótese de livre mobilidade e existência de apenas um fator, nada pode inferir sobre questões distributivas, dado que a mão de obra se moverá sempre para o setor que paga o melhor salário relativo, o que, em casos extremos, gera especialização do país, e nunca haverá queda do salário devido à abertura. Porém, isto não significa que, de acordo com

o modelo ricardiano, haverá equalização dos preços dos fatores de produção. (ARAÚJO, 2009).

Embora o padrão de comércio obedeça às vantagens comparativas, e não às absolutas, os salários relativos são limitados pela produtividade relativa dos bens no local e estrangeiro e podem não se igualar. (JONES; NEARY, 1984 apud ARAÚJO, 2009).

$$\frac{L_V^I}{L_V^P} \geq \frac{W^P}{W^I} \geq \frac{L_T^I}{L_T^P} \quad (3b)$$

Os argumentos de que o comércio internacional só seria benéfico para os países de produtividade mais elevada, ou que o comércio internacional é maléfico porque empobrece o trabalho, visto que alguns países (notadamente os menos desenvolvidos) apresentam suas vantagens comparativas baseadas em baixos salários, são falaciosos diante do modelo ricardiano. (KRUGMAN; OBSTFELD, 2001 apud ARAÚJO, 2009).

O primeiro argumento é falacioso porque o que interessa não é a produtividade absoluta, e sim a relativa, e existem ganhos de comércio mesmo para os países com desvantagem absoluta em todos os bens. Em relação ao segundo argumento, o modelo ricardiano aponta que, após a abertura, os salários nunca baixam. Logo, o comércio internacional não pode empobrecer o trabalho. Ademais, apesar de os salários estarem relacionados à produtividade, de forma que os países menos produtivos terão salários menores, o comércio internacional possibilita que o país relaxe suas possibilidades de consumo. (ARAÚJO, 2009).

A partir da Teoria das Vantagens Comparativas, outros modelos têm apresentado fatores relevantes para a expansão do comércio internacional, conforme apresenta o Quadro 1.

A Teoria das Vantagens Comparativas, como apresentada anteriormente, traz como explicação para os fluxos internacionais de comércio as diferenças relativas de produtividade entre os países, que tenderiam a exportar produtos nos quais fossem comparativamente mais produtivos.

O modelo Heckscher-Ohlin destaca a importância da dotação relativa de fatores na explicação dos

Teoria	Fator relevante
Teoria das Vantagens Comparativas	Diferenças relativas de produtividade entre os países
Modelo Heckscher-Ohlin	Dotação relativa de fatores de produção
Teoria das Vantagens Tecnológicas	Liderança tecnológica a partir da inovação
Teoria do Ciclo do Produto	Capacidade de inovação em produtos e processos

### Quadro 1 – Modelos de Comércio Internacional

Fonte: Elaboração Própria dos Autores com base em De Negri (2009).

fluxos comerciais. Neste, os países tenderiam a exportar bens intensivos no fator no qual fossem relativamente mais bem dotados do que outros países. Por exemplo, um país rico em capital tenderia a remunerar menos esse fator em relação aos demais, o que faria com que a produção de bens intensivos em capital fosse mais barata relativamente à produção de bens intensivos em trabalho. Assim, o comércio desse país se caracterizaria pela exportação de bens intensivos em capital e pela importação de bens intensivos em trabalho.

No caso da Teoria das Vantagens Tecnológicas, Posner (1961) construiu um modelo com dois países, sendo que um deles tem a liderança tecnológica e o outro, após algum tempo, consegue imitar a inovação do primeiro. Assim, a inovação dá poder de monopólio ao país líder durante o lapso de tempo necessário para que o seguidor consiga imitá-lo. (DE NEGRI, 2009).

E no caso da Teoria do Ciclo do Produto, Vernon (1966) defendeu a tese de que as vantagens competitivas das firmas norte-americanas estariam vinculadas à sua capacidade de inovação em produtos e processos. Segundo o conceito de “ciclo de produto”, a propensão da firma a internalizar a produção das novas tecnologias no seu próprio país seria maior do que no caso de produtos ou tecnologias maduras (DE NEGRI, 2009).

As teorias do comércio internacional apresentadas buscam, em certa medida, mostrar por que ocorrem as diferenças de produtividade entre países. As explicações para essas diferenças de produtividade podem estar relacionadas, por exemplo, com fatores climáticos, características nacionais relativas à dotação de fatores de produção e, segundo alguns autores, diferenças tecnológicas. Busca-se assim explicar os fatores que levam um país a ter vantagens em

comparação com os demais, de forma que sejam estimulados ao comércio internacional, possibilitando efeitos positivos sobre o crescimento.

## 3 – MODELO DE AVALIAÇÃO DOS PRODUTOS COM POTENCIAL PARA EXPANSÃO DAS EXPORTAÇÕES

Levando-se em consideração os efeitos positivos que o comércio exterior pode ter sobre o crescimento de uma região, torna-se importante avaliar as estratégias que podem ser traçadas para expandir tal fluxo, com foco nas exportações. O processo de expansão das exportações, para se mostrar consistente, deve buscar aqueles produtos que enfatizam as vantagens comparativas dessa região. Com esse intuito, utiliza-se uma matriz para determinação do potencial exportador de uma região, a ser aplicado ao caso da economia sergipana. A matriz considera o índice de Vantagem Comparativa Revelada (VCR) dos produtos, proposto por Balassa (2010), e o peso destes na pauta de exportação da região.

### 3.1 – Determinação do Potencial para Expansão das Exportações

A mensuração da vantagem comparativa de um país ou região pode ser feita, segundo Holanda (2010), de uma forma simples e objetiva pelo Índice de Vantagem Comparativa Revelada (VCR), de Balassa (2010), o qual é definido pela seguinte relação:

$$VCR_{ij} = \frac{\left( \frac{X_{ij}}{X_{iz}} \right)}{\left( \frac{X_j}{X_z} \right)} \quad (1c)$$

Em que:

$X_{ij}$  é o valor total das exportações do produto  $i$  da região  $j$ ;

$X_{iz}$  é o valor das exportações do produto  $i$  da zona de referência  $z$ ;

$X_j$  é o valor total das exportações da região  $j$ ;

$X_z$  é o valor total das exportações da zona de referência  $z$ .

Segundo Fonseca (2002 apud COUTO; FERREIRA, 2010), este indicador pressupõe que a eficiência produtiva relativa de um país ou região possa ser definida pelo seu desempenho no comércio internacional. Assim, o VCR relaciona as exportações do produto  $i$  de uma região  $j$  com as exportações nacionais do mesmo produto comparando o quociente à participação total da região  $j$  em relação às exportações totais do país  $z$ .

Assim, quanto maior for o volume exportado de um determinado produto por uma região com relação ao volume total exportado desse mesmo produto, maior será a vantagem comparativa na produção desse bem. (FERNANDES; VIEIRA FILHO, 2000 apud COUTO; FERREIRA, 2010). Ou seja, valores acima de 1 (um) para o VCR indicariam que a região  $j$  possui vantagem comparativa revelada no produto  $i$ . Isto é, a região  $j$  possui uma posição mais vantajosa nacionalmente na produção e na exportação do produto  $i$  do que no conjunto de sua participação relativa nas exportações totais do país. Consequentemente, quanto mais alto o VCR, maior será a vantagem comparativa do país ou região. (HADDAD, 2003 apud COUTO; FERREIRA, 2010).

### 3.2 – Matriz para Determinação do Potencial Exportador Aplicado à Economia Sergipana

A análise dos produtos com potencial exportador da economia sergipana foi realizada a partir da elaboração de uma matriz na qual será feito o cruzamento de dois componentes, quais sejam: i) as vantagens comparativas e ii) o peso do produto na pauta de exportação de Sergipe. Para cada componente, é atribuída uma classificação: Alto ou Baixo.

Para verificar as vantagens comparativas, utilizou-se o Índice de Vantagem Comparativa Revelada (VCR).

Assim, é possível caracterizar quais produtos de Sergipe possuem vantagem comparativa em relação ao Brasil, ou seja, quais os produtos sergipanos com maior potencial exportador em relação ao país. Nesse caso, o valor de referência para determinar se este é alto ou baixo é 1 (um), conforme descrito anteriormente. Ou seja, se  $VCR > 1$  (Alto), Sergipe apresenta vantagem comparativa; se  $VCR < 1$  (Baixo), Sergipe não possui vantagem comparativa em relação ao Brasil. O índice é representado da seguinte maneira:

$$VCR_{ij} = \frac{\left( \frac{X_{is}}{X_{ib}} \right)}{\left( \frac{X_s}{X_b} \right)} \quad (1c)$$

Em que:

$X_{is}$  é o valor total das exportações do produto  $i$  de Sergipe;

$X_{ib}$  é o valor das exportações do produto  $i$  do Brasil;

$X_s$  é o valor total das exportações de Sergipe;

$X_b$  é o valor total das exportações do Brasil.

Já para a definição do peso do produto na pauta de exportação do estado, propõe-se como valor de referência a relação na qual se divide uma unidade do produto específico pelo total de itens na pauta no ano da análise. Por exemplo, supondo que, no ano 200X, o Estado de Sergipe tenha exportado um total de 100 produtos diferentes, conforme classificação da Nomenclatura Comum do Mercosul (NCM). Neste caso, se o valor exportado de cada item fosse igual, o peso de cada produto na pauta seria de 1,00%, sendo este o valor de referência. Assim, se o Peso  $> 1,00\%$ , considera-se que o produto específico em análise apresenta um alto peso na pauta. E se o Peso  $< 1,00\%$ , considera-se que o produto apresenta um baixo peso na pauta de exportação.

Assim a matriz para determinação do potencial exportador, representada no Quadro 2, apresentará uma classificação que resulta em quatro

VCR \ Peso	Alto	Baixo
	Dinâmico	Com Potencial
Baixo	Estagnado	Sem Potencial

**Quadro 2 – Modelo da Matriz para Determinação do Potencial Exportador**

Fonte: Elaboração Própria dos Autores.

possibilidades: *i)* dinâmico, *ii)* com potencial, *iii)* estagnado e *iv)* sem potencial.

Classificam-se como produtos “Sem Potencial” aqueles que, como o próprio nome indica, são produtos sem competitividade (VCR Baixo) e com pouco volume de venda externa (Peso Baixo). Portanto, seriam a última opção em qualquer ação de fomento às exportações do estado. Os produtos “Estagnados”, por sua vez, são aqueles que apresentam elevado peso na pauta de exportação (Peso Alto), porém, não possuem vantagem comparativa (VCR Baixo) em relação ao Brasil. Neste caso, a ação de fomento teria de se voltar para o aumento da competitividade deste produto no cenário nacional, tendo em vista mantê-lo na pauta, pois, caso contrário, dada sua baixa competitividade, o próprio mercado tende a eliminá-lo.

Classificam-se como “Dinâmicos” aqueles produtos que obtiverem um alto VCR e tiverem um alto Peso na pauta de exportação de Sergipe. Ou seja, são produtos que apresentam vantagem comparativa (VCR Alto) e que já vêm obtendo bons resultados na pauta (Peso Alto). Por fim, consideram-se produtos “Com Potencial” aqueles que apresentam vantagens comparativas (VCR Alto), porém, não vêm obtendo êxito nas vendas externas, pois apresentam um baixo peso nas exportações totais do estado (Peso Baixo). São produtos cujo potencial não vem sendo explorado adequadamente. Estes últimos devem ser o foco das ações em fomento ao comércio exterior, uma vez que apontam para o caminho de uma expansão das exportações de forma sustentável, possibilitando efeitos positivos sobre o crescimento econômico.

## 4 – AVALIAÇÃO DOS PRODUTOS COM POTENCIAL EXPORTADOR EM SERGIPE

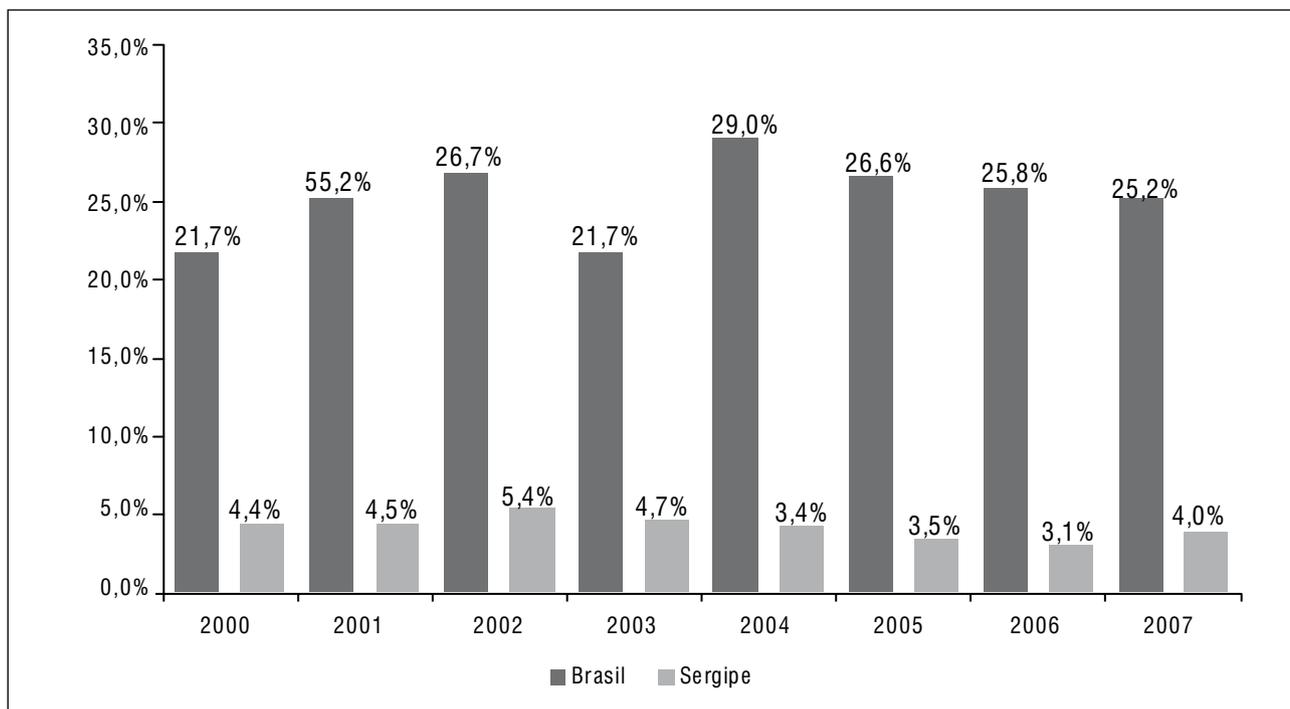
Nesta seção, é feita a aplicação da matriz para determinação do potencial exportador ao caso da economia sergipana. Inicialmente, são apresentadas as características da economia sergipana, situando o fluxo de comércio exterior no estado. Em seguida, através da classificação resultante da matriz, são apresentados os produtos com potencial exportador, a partir dos quais se poderia pensar em estratégias para expandir a participação do comércio exterior no estado, de forma a motivar o crescimento econômico.

### 4.1 – A economia Sergipana: Desempenho Recente e Caracterização da Pauta de Exportação

#### 4.1.1 – Desempenho recente da economia sergipana

Embora seja uma economia pequena, representando 0,66% do Produto Interno Bruto Nacional (PIB) em 2007 (IBGE, 2009), Sergipe apresenta uma dinâmica de crescimento pouco dependente do comércio exterior. De certo modo, essa situação aparece na contramão do que defende Silva (2004a), segundo o qual, a necessidade de se relacionar com o ambiente externo, caracterizando uma relação de dependência, será tão maior quanto menor for a região. Nesse sentido, embora a Teoria da Base Econômica tenha um menor peso na explicação do nível da atividade econômica local, buscou-se analisar o comércio exterior como fator potencial para incrementar o crescimento econômico do estado.

Os dados apresentados no Gráfico 1 ressaltam o reduzido grau de abertura da economia sergipana. Enquanto o Brasil passa do coeficiente de 21,7% em 2000 para 25,2%, em 2007, numa tendência de ampliar a abertura ao comércio exterior, Sergipe mantém o seu grau de abertura, saindo de 4,4% em 2000 para 4,0% em 2007, numa tendência divergente da economia brasileira. Chama atenção o reduzido grau de abertura da economia sergipana, com coeficiente inferior a 5,0% em praticamente toda a década.



**Gráfico 1 – Brasil e Sergipe: Coeficiente de Abertura Econômica\*, 2000-2007**

**Fonte:** Elaboração Própria dos Autores a partir dos Dados de IBGE – Contas Nacionais do Brasil 1995-2007 e IBGE – Contas Regionais do Brasil 1995-2007.

**Nota:** Dado pela razão entre o fluxo de comércio e o Produto Interno Bruto a preços de mercado.

A despeito do reduzido grau de abertura ao comércio exterior, Sergipe apresenta uma dinâmica de crescimento mais acentuada que aquela observada no Brasil. A taxa média de crescimento do Produto Interno Bruto a preços básicos em períodos de tempo ilustra esse comportamento mais acentuado da expansão em Sergipe, conforme apresentado na Tabela 1.

Mesmo considerando a crise do fim dos anos 90, a economia sergipana apresenta, entre 1996 e 2000, uma taxa média de crescimento anual de 2,46%, acima das taxas nordestina e brasileira. No período 2001 a 2007,

a taxa média de crescimento de Sergipe chega a 4,23% ao ano, bem acima da taxa média do período anterior, mais uma vez acima das taxas nordestina e brasileira. Considerando o período total, de 1996 a 2007, a economia sergipana cresceu a uma taxa média anual de 3,49%, enquanto a região Nordeste cresceu a uma média de 3,0% e a economia nacional a uma média de 2,78%. Assim, a despeito dos impactos maiores da crise do fim dos anos 90 no estado, o crescimento acentuado de Sergipe, nos momentos de expansão, acima da média da região e do país, resulta nesse desempenho de destaque da economia sergipana.

**Tabela 1 – Brasil, Nordeste e Sergipe – Taxa Média de Crescimento do PIB a Preços Básicos, 1996-2007**

PIB	Taxa Média de Crescimento		
	1996/2000	2001/2007	1996/2007
Brasil	1,92%	3,39%	2,78%
Nordeste	2,06%	3,67%	3,00%
Sergipe	2,46%	4,23%	3,49%

**Fonte:** IBGE – Contas Regionais do Brasil 1995-2007.

#### 4.1.2 – Caracterização dos principais produtos de exportação em Sergipe

Para determinar os principais produtos exportados por Sergipe, optou-se por identificar todos os itens que, entre 2001 e 2008, figuraram ao menos uma vez entre os dez produtos mais exportados do Estado. Utilizando-se desse critério, identificaram-se 25 produtos, os quais são listados no Quadro 3, segundo a Nomenclatura Comum do Mercosul (NCM).

Utilizando-se da classificação por seção da NCM, verifica-se que os produtos estão distribuídos em oito setores diferentes, sendo estes: *i)* Animais vivos e produtos do reino animal (Seção I); *ii)* Produtos das indústrias alimentares; bebidas, líquidos alcoólicos e vinagres; fumo (tabaco) e seus sucedâneos misturados (Seção IV); *iii)* Produtos minerais (Seção V); *iv)* Produtos das indústrias químicas ou das indústrias conexas (Seção VI); *v)* Peles, couros, peleteria (peles com pêlo) e obras destas matérias; artigos de correio ou de seleiro; artigos de viagem, bolsas e artefatos

semelhantes; obras de tripa (Seção VIII); *vi)* Matérias têxteis e suas obras (Seção XI); *vii)* Calçados, chapéus e artefatos de uso semelhante; guarda-chuvas, guarda-sóis, bengalas, chicotes, e suas partes; penas preparadas e suas obras; flores artificiais; obras de cabelo (Seção XII); e *viii)* Metais comuns e suas obras (Seção XV).

Quanto à pauta, uma das principais características das exportações de Sergipe é a sua grande concentração em poucos produtos. Isto é mostrado na Tabela 2, que apresenta a participação agregada dos cinco principais produtos exportados pelo estado, ano a ano, entre 2001 e 2008.

Observando esta Tabela 2, constata-se que os cinco principais produtos, ano a ano, concentram grande parte das exportações estaduais, o que caracteriza a grande concentração do valor gerado com as exportações em apenas poucos itens. Por exemplo, o ano de 2001, em que foi menos concentrada nos cinco primeiros, a participação destes foi de 76,39% de todo

Seção NCM	Produtos Exportados - Classificação NCM
I	OUTROS CAMARÕES CONGELADOS, EXCETO "KRILL"
IV	ÁLCOOL ETÍLICO N/DESATURADO C/VOL. TEOR ALCOÓLICO
	OUTROS SUCOS DE ABACAXI
	OUTROS SUCOS DE LARANJA, NÃO-FERMENTADOS
	OUTROS AÇÚCARES DE CANA, BETERRABA, SACAROSE QUÍM.
	SUCOS DE LARANJA, CONGELADOS, NÃO-FERMENTADOS
V	SUCOS DE OUTRAS FRUTAS, PRODS. HORTICOLAS, NAO-FERM.
	CIMENTOS "PORTLAND", COMUNS
VI	CIMENTOS NÃO-PULVERIZADOS ("CLINKERS")
	OUTROS ÓLEOS ESSENCIAIS, DE LARANJA
VIII	UREIA COM TEOR DE NITROGÊNIO > 45% EM PESO
	OUTROS COUROS BOVINOS, INCL. BÚFALOS, DIVID. ÚMID. PENA FLOR
	OUTROS COUROS BOVINOS, INCL. BÚFALOS, N/DIV.ÚMID. PENA FLOR
	OUTROS COUROS E PELES, DE BOVINOS/EQUÍDEOS, CURT.
XI	OUTROS COUROS/PELES BOVINAS, PREPAR. CURT. PLENA FLOR
	CALÇAS, JARDINEIRAS ETC., DE ALGODAO, DE USO FEMIN.
	ROUPAS DE MESA, DE FIBRAS SINTÉTICAS/ARTIF. EXC.
	ROUPAS DE TOUCADOR/COZINHA, DE TECIDOS ATOALH.
	TECIDO DE ALGODÃO > = 85%, CRU, PONTO SARJADO, PESO
XII	TECIDO DE ALGODÃO > = 85%, FIO COLOR. DENIM, ÍNDIGO
	OUTROS CALÇADOS DE BORRACHA OU PLÁSTICO
	OUTROS CALÇADOS DE COURO NATURAL
XV	OUTROS CALÇ. COBR. TORNOZ. PART. SUP. BORR., PLÁST.
	OUTROS CALÇADOS DE MATÉRIA TÊXTIL, SOLADO DE BORRACHA
	ROLHAS, OUTRAS TAMPAS E ACESS. P/EMBALAGEM, DE METAL

**Quadro 3 – Principais Produtos Exportados por Sergipe**

**Fonte:** Elaboração Própria dos Autores.

**Nota:** Dados coletados no site do MDIC/Secretaria de Comércio Exterior (Secex). Disponível em: <<http://www.mdic.gov.br>>.

**Tabela 2 – Participação % dos 5 Principais Produtos, por Ano, nas Exportações de Sergipe – 2001-2008**

Ano	Participação % nas exportações de Sergipe	Participação % nas exportações do Brasil
2001	76,39	1,82
2002	89,22	1,98
2003	82,70	1,43
2004	81,82	0,96
2005	81,69	2,09
2006	80,93	0,99
2007	90,20	1,13
2008	88,04	1,65

**Fonte:** Elaboração Própria dos Autores.

**Nota:** Dados coletados no site AliceWeb. Disponível em: <<http://aliceweb2.mdic.gov.br/>>

o valor, em dólares, gerado com as exportações. Já em 2007, ano de maior concentração da pauta, os cinco produtos mais exportados concentraram 90,2% de todo o montante gerado com as exportações estaduais.

Além disso, apenas a título de comparação, pode-se citar o Brasil, cujos cinco principais produtos exportados, em 2007, responderam por 18,63% de todo o montante gerado com as exportações. Observa-se também que os itens de maior peso para Sergipe não o são, necessariamente, para o Brasil, pois, neste último ano analisado, estes produtos representaram apenas 1,13% da pauta brasileira, enquanto, para Sergipe, representou 90,2%.

Além da concentração nos cinco principais itens da pauta, a análise da pauta de exportação de Sergipe possibilita identificar outra característica referente ao Suco de Laranja. Este produto é sempre o principal item da pauta, ao longo do período abordado, sendo que, no ano de 2001, em que a participação do suco foi a menor, este respondeu por 29,79% do total das exportações. No ano seguinte, apenas o suco de laranja contribuiu com 61,86% de tudo o que foi exportado pelo estado.

Portanto, a análise dos produtos exportados por Sergipe possibilitam três conclusões principais: *i)* a pauta de exportação sergipana é muito concentrada em poucos itens; *ii)* o suco de laranja é sempre o principal item da pauta; e *iii)* produtos importantes na pauta de Sergipe nem sempre o são na pauta brasileira.

### 4.1.3 – Caracterização do fluxo de exportações sergipanas

A análise das exportações sergipanas em questão aborda os mercados de destino e a volatilidade ao longo do tempo. No que se refere ao primeiro ponto, a análise pode ser feita a partir da Tabela 3.

A análise por blocos de destino permite destacar algumas informações relevantes. A União Europeia é o principal bloco de destino das exportações sergipanas, pois, em todo o período abordado, este é sempre o que apresenta maior participação. A África tem ganhado importância nos últimos anos, sendo que, em 2008, respondeu por 33,5% das exportações sergipanas. O Aladi apresenta grande oscilação ao longo do período, sendo seu melhor resultado o ano de 2002, com 17,6%. Em 2008, respondeu por 10,5%. O Mercosul perdeu importância ao longo dos últimos anos, pois, em 2001, foi responsável por 35,3%, sendo este seu melhor resultado. No último ano, respondeu por apenas 4,1%. Oriente Médio, Oceania e Europa Oriental, além de possuírem baixa representatividade como destinos das exportações, apresentam ainda grande variação ao longo dos anos. Os Estados Unidos são tradicionais destinos das exportações locais, muito embora, nos anos de 2002 e 2008, tenham apresentado resultados insignificantes.

Pode-se concluir, com a análise da Tabela 3, que a União Europeia sempre está presente na pauta, possuindo significativa importância. Os Estados Unidos são um importante destino, porém, praticamente, saíram da pauta no último ano analisado. A América Latina, por sua vez, tem perdido importância nos últimos anos. Em seu lugar, pode-se destacar a recente importância que a África tem adquirido nos dois últimos anos.

Esse movimento exportador apresenta uma característica que pode ser destacada a partir da análise da Tabela 4. Esta Tabela 4 apresenta indicadores que comprovam a volatilidade das principais mercadorias exportadas<sup>1</sup> pelo Estado entre 2001 e 2008. Os indicadores utilizados são: valor máximo, amplitude, frequência e variação.

<sup>1</sup> Para tanto, foram utilizados aqueles 25 produtos destacados no Quadro 3.

**Tabela 3 – Principais Blocos de Destino das Exportações de Sergipe – Participação % – 2001-2008**

Bloco Econômico	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
União Europeia – UE	38,9	55,3	48,7	53,5	36,5	47,5	40,9	41,6
África (exclusive Oriente Médio)	0,0	6,8	0,8	1,5	5,6	3,0	11,4	33,5
ALADI (exclusive MERCOSUL)	5,0	17,6	12,2	4,8	17,5	9,4	6,4	10,5
Mercado Comum do Sul – MERCOSUL	35,3	2,9	15,4	16,0	9,7	9,6	3,3	4,1
Oriente Médio	0,1	3,3	4,0	4,4	1,2	1,9	1,3	4,0
Oceania	0,0	8,8	3,4	3,6	0,8	3,3	4,0	0,3
Estados Unidos (inclusive Porto Rico)	15,9	2,0	14,1	13,5	25,0	18,6	29,8	2,2
Europa Oriental	0,0	0,0	0,0	1,2	1,4	5,2	1,4	0,0
Total Parcial	95,1	96,5	98,6	98,5	97,8	98,4	98,5	96,3
Demais Produtos	4,9	3,5	1,4	1,5	2,2	1,6	1,5	3,7
Total Final	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

**Fonte:** Elaboração Própria dos Autores.

**Nota:** Dados coletados no *site* da AliceWeb. Disponível em: <<http://aliceweb2.mdic.gov.br/>>.

No valor máximo, é identificado, por produto, qual foi o montante máximo, por ano e em dólares, gerado com a exportação dessa mercadoria. Já a amplitude mostra a diferença entre o valor máximo e o mínimo, destacando-se que, no cálculo desta, o valor mínimo considerado refere-se ao menor montante exportado, considerando-se apenas os anos em que foi realizada alguma exportação, exceto para produtos que aparecem uma única vez na pauta durante o período.

Assim, mostra-se a amplitude entre o valor máximo e mínimo apenas nos anos em que ocorreram vendas para o exterior. Em função disso, a Tabela 4 destaca também a frequência<sup>2</sup> dos itens destacados entre o período de tempo aqui abordado. A frequência é importante, pois caracteriza se estes produtos são assíduos na pauta ou se sua exportação é apenas esporádica.

A partir dos dados do valor máximo e da amplitude, calculou-se o indicador de variação. Este indicador irá caracterizar a volatilidade dos itens exportados por Sergipe, representando a variação total sobre o valor máximo. Para tanto, dividiu-se a amplitude pelo valor máximo e, para obter o valor em percentual, multiplicou-se este por 100.

Um exemplo de volatilidade é o suco de laranja, que é sempre o primeiro colocado na pauta de exportação

do estado. Porém, isto não impede que este apresente uma grande variação no valor e no volume exportado ano a ano, o que impacta diretamente no resultado final da pauta de exportação do estado, já que este é o seu principal produto. Um exemplo disso, conforme dados do MDIC/Secex, é a variação deste produto entre 2001 e 2002, sendo esta tanto no volume quanto no valor. O primeiro saltou de 8.526 toneladas para 24.613 toneladas, ou seja, uma elevação de 188,7%. O impacto disto no valor total das exportações foi uma variação de 80,8%, pois estas passaram de US\$ 20,8 milhões para US\$ 37,6 milhões.

Além da volatilidade de produtos que sempre estão entre os principais itens exportados, outra característica que se observa é que alguns destes surgem na pauta, figuram entre as principais mercadorias por algum tempo e, depois, perdem importância quanto ao montante gerado, deixando de estar entre os principais ou até de figurar na pauta. Destacam-se ainda determinados produtos que apresentam elevada importância em determinado período e que depois deixam de tê-la, ou produtos que nunca figuraram na pauta e repentinamente surgem com elevada importância.

É o caso, por exemplo, da ureia, que surgiu em 2002 na pauta, permanecendo até 2005, onde oscilou entre o segundo e quarto lugar como produto mais importante e, a partir de 2006, sequer aparece nesta. Ao contrário da ureia, pode-se destacar o cimento, que surgiu na pauta em 2003 e, a partir de então, sempre

<sup>2</sup> Calculada pela divisão do número de ocorrências pelo número total possível de ocorrências (em %).

**Tabela 4 – Indicadores de Volatilidade da Pauta de Exportação de Sergipe – 2001-2008**

Produtos Exportados - Classificação NCM	Máximo (US\$)	Amplitude (US\$)	Variação(%)	Frequência(%)
UREIA COM TEOR DE NITROGÊNIO > 45% EM PESO	11.057.831	8.724.849	78,90	50,0
OUTROS ÓLEOS ESSENCIAIS, DE LARANJA	1.976.180	1.789.485	90,55	100,0
OUTROS SUCOS DE ABACAXI	3.268.076	3.084.216	94,37	87,5
OUTROS SUCOS DE LARANJA, NAO-FERMENTADOS	2.848.436	2.819.836	99,00	100,0
OUTROS AÇÚCARES DE CANA, BETERRABA, SACAROSE	6.546.127	3.536.127	54,02	25,0
SUCOS DE LARANJA, CONGELADOS, NÃO-FERMENT.	71.410.376	65.222.323	91,33	100,0
SUCOS DE OUTRAS FRUTAS, PRODS. HORTIC., NÃO-FERM.	9.880.802	9.879.771	99,99	100,0
TECIDO DE ALGODÃO > =85%, CRU, PONTO SARJADO, PESO	1.172.579	1.165.179	99,37	50,0
TECIDO DE ALGODÃO > =85%, FIO COLOR. DENIM, INDIGO	7.414.946	7.372.433	99,43	100,0
CALÇAS, JARDINEIRAS ETC. DE ALGODÃO, DE USO FEMIN.	3.048.282	2.983.754	97,88	25,0
ROUPAS DE MESA, DE FIBRAS SINTÉTICAS/ARTIF. EXC.	343.225	342.315	99,73	75,0
ROUPAS DE TOUCADOR/COZINHA, DE TECIDOS ATOALH.	1.545.736	1.422.882	92,05	100,0
OUTROS CALÇADOS DE COURO NATURAL	1.476.827	1.453.026	98,39	87,5
OUT. COUROS BOV., INCL. BÚF., DIVID. ÚMID. PENA FLOR	625.540	625.540	100,00	12,5
OUT. COUROS BOV., INCL. BÚF., N/DIV. ÚMID. PENA FLOR	442.058	441.971	99,98	62,5
OUTROS COUROS E PELES, DE BOV./EQUÍD., CURTIDOS	1.835.929	1.835.929	100,00	12,5
OUTROS COUROS/PELES BOV., PREPAR. CURT. PENA FLOR	271.914	271.914	100,00	12,5
ROLHAS, OUTRAS TAMP. E ACESS.P/EMBAL., DE METAL	3.146.293	2.942.537	93,52	62,5
ÁLCOOL ETÍLICO N/DESNATURADO C/VOL. TEOR ALCOÓL.	2.153.819	2.153.819	100,00	12,5
OUTROS CALÇADOS DE BORRACHA OU PLÁSTICO	4.996.575	4.632.395	92,71	87,5
OUTROS CALÇ. COBR. TORNOZ. PART. SUP. BORR., PLÁST.	13.515.293	6.644.573	49,16	25,0
OUTROS CALÇADOS DE MAT. TÊXTIL, SOLADO DE BORR.	1.566.514	1.518.942	96,96	75,0
CIMENTOS "PORTLAND", COMUNS	34.962.280	29.988.376	85,77	75,0
CIMENTOS NÃO-PULVERIZADOS ("CLINKERS")	14.874.421	14.485.921	97,39	50,0
OUTROS CAMARÕES CONGELADOS, EXCETO "KRILL"	369.027	338.119	91,62	25,0

**Fonte:** Elaboração Própria dos Autores.

**Nota:** Dados coletados no site da AliceWeb. Disponível em: <<http://aliceweb2.mdic.gov.br/>>.

se classifica como o segundo produto mais importante exportado pelo Estado de Sergipe, atrás apenas do suco de laranja.

Tem-se que destacar, contudo, que o suco, o cimento, o álcool e o açúcar, atualmente entre os principais itens da pauta, são *commodities*, o que lhes confere grande volatilidade no preço, impactando diretamente na balança comercial. Por exemplo, o suco de laranja, de 2007 para 2008, teve uma

redução do volume em quilos exportados de 12,5%. Porém, dada a queda na cotação internacional do produto, o valor exportado em dólares teve uma redução de 34,5%. Como o suco é o principal item da pauta, isto gerou um impacto muito forte no resultado final da balança comercial.

Observando-se o indicador de frequência, verifica-se que apenas seis produtos estiveram presentes na pauta ao longo de todo o período analisado, sendo

estes: Outros Óleos Essenciais de Laranja; Outros Sucos de Laranja, Não-fermentados; Roupas de Toucador/Cozinha, de Tecidos Atoalh.; Sucos de Laranjas Congelados, Não-fermentados; Sucos de Outras Frutas, Prods. Hortícolas, Não-fermentados; e Tecido de Algodão > =85%, Fio Color. Denim, Índigo. Todos os outros 19 produtos, ao menos durante um ano, não se fizeram presentes na pauta de exportação de Sergipe. Observa-se ainda que, de um total de 25 produtos, 10 sequer obtiveram 50% de frequência.

Quanto ao indicador de variação do valor exportado, observa-se o quão volátil é este, pois o item em que apresentou menor variação total sobre o valor máximo foi o “Outros Calç. Cobr. Torno. Part. Sup. Borr., Plást.”, cuja variação foi de 49,16%, sendo que sua frequência foi de apenas 25%.

Além disso, quatro produtos apresentaram variação de 100,00%, sendo estes: Álcool Etilíco Não-desnaturado C/Vol. Teor Alcoó.; Outs. Couros Bovinos, Incl. Bufalos, Divid. Úmid. Pena Flor; Outs. Couros e Peles, de Bovinos/Equídeos, Curtid.; e Outs. Couros/Peles Bovinas, Prepar. Curt. Pena Flor. Já nos cinco itens mais importantes da pauta no ano de 2008, verifica-se a seguinte variação: “Sucos de Laranjas, Congelados, Não-fermentados” (91,33%); “Cimentos Portland, Comuns” (85,77%); “Cimentos Não-pulverizados (Clinkers)” (97,39%); “Outs. Calç. Cobr. Torno. Part. Sup. Borr., Plást.” (49,16%); e “Outs. Açúcares de Cana, Beterraba, Sacarose Quím.” (54,02%).

## 4.2 – Produtos com Potencial Exportador em Sergipe

Para a análise do potencial exportador dos produtos exportados por Sergipe, foi feito um exercício com todos os itens presentes na pauta do ano de 2007, último ano disponível no IBGE, quando se caracteriza a dinâmica econômica do estado. Nesse ano, conforme dados divulgados pelo MDIC/SECEX, Sergipe exportou ao todo um total de 99 produtos<sup>3</sup> diferentes, segundo a classificação da NCM. Os resultados encontrados para a Matriz que cruza os dados do VCR e do Peso dos produtos são apresentados no Quadro 4.

<sup>3</sup> Portanto, o valor de referência para o Peso será de 1,01%.

VCR \ Peso	Alto	Baixo	Total
	Alto	8	56
Baixo	0	35	35
Total	8	91	99

**Quadro 4 – Sergipe: Classificação dos Principais Produtos Exportados, 2007**

Fonte: Elaboração Própria dos Autores

Os resultados apontam que, dos 99 itens exportados em 2007, 64 apresentavam VCR > 1,00 (VCR Alto) e 35 apresentavam VCR < 1,00 (VCR Baixo). Quanto à relevância na pauta, apenas oito itens apresentaram Peso > 1,01% (Peso Alto). Os demais 91 apresentaram um Peso < 1,01% (Peso Baixo).

Em relação aos cruzamentos das informações referentes ao VCR e ao Peso, que é o principal objetivo da matriz, pois indica como estes se classificam, tem-se um total de oito produtos que podem ser qualificados como “Dinâmicos”. Ou seja, são produtos que possuem tanto o VCR quanto o Peso Alto. Destaca-se ainda que estes são os oito principais itens exportados pelo estado ao longo de 2007: sucos de laranjas, congelados, não-fermentados; cimentos “portland”, comuns; cimentos não-pulverizados (*clinkers*); outs. calç. cobr. torno. part. sup. borr., plást.; sucos de outras frutas, prods. hortícolas, não-fermentados; outros óleos essenciais, de laranja; outs. calçados de matéria têxtil, solado de borracha; roupas de toucador/cozinha, de tecidos atoalhados. Este resultado é coerente, pois os números ficam elevados dada a alta concentração da pauta nesses produtos.

Quanto aos produtos “Sem Potencial”, ou seja, aqueles com Baixo VCR e Baixo Peso, Sergipe apresentou, no ano de 2007, um total de 35 produtos que podem ser assim classificados. Nenhum produto obteve a classificação de “Estagnado”.

Por fim, tem-se um total de 56 produtos que podem ser classificados como “Com Potencial”. Ou seja, são aqueles que apresentam Alto VCR e Baixo Peso, o que os caracteriza como produtos que possuem competitividade, porém, que ainda não possuem peso na pauta, devendo ser priorizados em ações de fomento às exportações estaduais. Estão apresentados na Tabela 5.

**Tabela 5 – Definição do Potencial Exportador: Produtos “com Potencial”**

Seção NCM	Produtos “Com Potencial” - Classificação NCM	VCR		Peso	
		Referência = 1,00		Referência = 1,01	
II	OUTRAS BATATAS FRESCAS OU REFRIGERADAS	1,46	Alto	0,00	Baixo
	OUTRAS CEBOLAS FRESCAS OU REFRIGERADAS	1,62	Alto	0,01	Baixo
	BATATAS-DOCES, FRESCAS, REFRIG., CONGEL. O	52,12	Alto	0,05	Baixo
	LARANJAS FRESCAS OU SECAS	3,69	Alto	0,04	Baixo
	LIMÕES E LIMAS, FRESCOS OU SECOS	2,27	Alto	0,06	Baixo
	OUTRAS FRUTAS CONGEL.. N/COZIDAS, COZIDAS EM ÁGUA	1,38	Alto	0,01	Baixo
	CHÁ-VERDE (NÃO-FERMENTADO), APRESENTADO EM QQ.UO	1,09	Alto	0,00	Baixo
	SEMENTES DE ANIS (ANIS VERDES)	236,65	Alto	0,00	Baixo
IV	CÍTRICOS PREPARADOS OU CONSERVADOS	9,53	Alto	0,06	Baixo
	OUTROS SUCOS DE ABACAXI	221,55	Alto	0,70	Baixo
VI	LIMONENO	493,01	Alto	0,11	Baixo
	XAMPUS PARA OS CABELOS	5,49	Alto	0,12	Baixo
	PREPARS. P/ONDULAÇÃO/ALISAMENTO/PERMANENTES, DOS	3,50	Alto	0,00	Baixo
	OUTRAS PREPARAÇÕES CAPILARES	2,26	Alto	0,12	Baixo
XI	TECIDO DE ALGODÃO >=85%, BRANQ.PTO.TAFETÁ, 100<P<=20	49,32	Alto	0,06	Baixo
	TECIDO DE ALGODÃO >=85%, TINTO, PTO. TAFETÁ, 100<P<=200	2,19	Alto	0,00	Baixo
	TECIDO DE ALGODÃO >=85%, TINTO, PTO. SARJADO, P<=200G/	10,29	Alto	0,01	Baixo
	TECIDO DE ALGODÃO >=85%, CRU, PONTO SARJADO, PESO >20	130,63	Alto	0,28	Baixo
	OUTROS TECIDOS DE ALGODÃO >=85%, CRU, PESO >200G/M	5,78	Alto	0,00	Baixo
	TECIDO DE ALGODÃO >=85%, BRANQUEADO, PTO. SARJADO, P	2,58	Alto	0,02	Baixo
	TECIDO DE ALGODÃO >=85%, TINTO, PONTO SARJADO, PESO >	58,08	Alto	0,63	Baixo
	TECIDO DE ALGODÃO >=85%, FIO COLOR. DENIM, ÍNDIGO, P >20	11,74	Alto	0,46	Baixo
	OUTS. TECIDOS DE ALGODÃO >=85%, FIO COLOR. DENIM, P >200	20,50	Alto	0,62	Baixo
	TECIDO ALGOD. <85%, BRANQ/FIBRA SINT/ART.SARJAD. P <=20	7,24	Alto	0,00	Baixo
	TEC. ALG. BRANQ. SINT. ARTIF. PTO. SARJ. DIAG. <200G/M	35,57	Alto	0,00	Baixo
	TECIDO ALGOD. <85%, TINTO/FIBRA SINT/ART.SARJAD. P <=200	237,80	Alto	0,04	Baixo
	TECIDO D/ALG. DIV. COR. SINT. ARTIF. PTO. SARJ. <200G/M	117,54	Alto	0,02	Baixo
	TECIDO ALGODÃO <85%, BRANQ/FIBR. SINT/ART.SARJAD. P >20	79,05	Alto	0,00	Baixo
	TECIDO ALGODÃO <85%, TINTO/FIBR. SINT/ART.SARJAD. P >200	47,33	Alto	0,06	Baixo
	TECIDO ALGODÃO <85%, ÍNDIGO BLUE/FIBRA SINT/ART. P >20	28,95	Alto	0,23	Baixo
	TECIDO POLIÉST. <85% C/ALGOD. P <= 170G/M2, TAFETÁ, CRU/B	3,14	Alto	0,01	Baixo
	TECIDO POLIÉSTER <85% C/ALGODÃO, P <= 170G/M2, TAFETÁ, T	36,41	Alto	0,10	Baixo
	TECIDO POLIÉSTER <85% C/ALGOD. P > 170G/M2, SARJAD. CRU/	38,45	Alto	0,02	Baixo
	TECIDO POLIÉSTER <85% C/ALGODÃO, P > 170G/M2, TAFETÁ, TI	580,72	Alto	0,00	Baixo
	TECIDO POLIÉSTER <85% C/ALGODÃO, P > 170G/M2, SARJADO, T	197,01	Alto	0,16	Baixo
	OUTS. TECIDOS FIBRA SINT <85% C/ALGODÃO, P > 170G/M2, TIN	999,12	Alto	0,05	Baixo
	OUTS. TEC. <85% FIBRAS DESC. POL., CORES, C/ALG.	1109,76	Alto	0,00	Baixo
	PALETÓS (CASACOS) DE ALGODÃO	64,74	Alto	0,01	Baixo
	CALÇAS, JARDINEIRAS, ETC. DE ALGODÃO, USO MASCULINO	7,09	Alto	0,03	Baixo
	ROUPAS DE MESA, DE FIBRAS SINTÉTICAS/ARTIF. EXC. DE M	6,18	Alto	0,00	Baixo
	VESTUÁRIO, SEUS ACESSÓRIOS E SUAS PARTES, USADOS	31,57	Alto	0,00	Baixo
	XII	OUTROS CALÇADOS DE BORRACHA OU PLÁSTICO	54,19	Alto	0,66
XIII	MÁRMORE, TRAVERTINO, ETC. TALHADO/SERRAD. SUPERF.PL	50,87	Alto	0,04	Baixo
XV	OUTRAS OBRAS DE FERRO OU AÇO	1,50	Alto	0,05	Baixo
	SINOS, CAMPAINHAS, GONGOS, ETC. DE METAIS COMUNS, N/E	1027,12	Alto	0,01	Baixo

**Tabela 5 – Definição do Potencial Exportador: Produtos “com Potencial”**

Seção NCM	Produtos “Com Potencial” - Classificação NCM	VCR		Peso	
		Referência = 1,00		Referência = 1,01	
XVI	AQUECEDORES DE ÁGUA, DE AQUECIMENTO INSTANTÂNEO	45,19	Alto	0,00	Baixo
	OUTROS GUINCHOS E CABRENTANTES, DE MOTOR ELÉTR.	9,25	Alto	0,00	Baixo
	OUTROS PÓRTICOS E PONTES-GUINDASTES	16,28	Alto	0,00	Baixo
	PARTS. OUTS. MÁQS. APARS. S/CONEXÃO ELÉTR. ETC.	2,22	Alto	0,00	Baixo
	AQUECEDORES ELÉTR. DE ÁGUA, INCL. DE IMERSÃO, USO DO	49,64	Alto	0,43	Baixo
	OUTROS APARELHOS ELETROTÉRMICOS, USO DOMÉSTICO	13,51	Alto	0,03	Baixo
	RESISTÊNCIAS AQUECIM. P/APARS. ELETROTÉRM. USO DOMÉST.	46,89	Alto	0,04	Baixo
OUTROS APARELHOS ELÉTR. DE SINALIZAÇÃO ACÚSTICA/VI	15,69	Alto	0,04	Baixo	
XVII	BARCOS A VELA, MESMO C/MOTOR AUXILIAR	838,34	Alto	0,36	Baixo
XVIII	APARELHOS DE DIAGNÓST. POR VISUALIZ. RESSONÂNCIA M	1,52	Alto	0,00	Baixo
XX	BRINQ. D/RODA P/ CRIANÇA/ CARRINHOS P/ BONECOS	21,19	Alto	0,02	Baixo

**Fonte:** Elaboração Própria dos Autores.

**Nota:** Dados coletados no *site* do MDIC/Secex. Disponível em: <[www.mdic.gov.br](http://www.mdic.gov.br)>.

Observando-se a classificação por Seções da NCM, verifica-se que os produtos “Com Potencial” se enquadram em 11 diferentes setores, sendo que os que concentram maior número de itens são os seguintes: *i*) Produtos do reino vegetal (Seção II); *ii*) Produtos das indústrias químicas ou das indústrias conexas (Seção VI); *iii*) Matérias têxteis e suas obras (Seção XI); e *iv*) Máquinas e aparelhos, material elétrico, e suas partes; aparelhos de gravação ou de reprodução de som, aparelhos de gravação ou de reprodução de imagens e de som em televisão, e suas partes e acessórios (Seção XVI).

Pode-se observar, da análise da matriz, que a maioria dos produtos de Sergipe presentes na pauta de exportação apresentam potencial exportador, o que denota a importância de se investigar o porquê de essas mercadorias, que são competitivas, apresentarem um peso tão baixo nas exportações estaduais. Isto, no entanto, requereria uma análise mais específica, por setor ou por produto. A partir daí, podem ser propostas, em futuros estudos, estratégias comerciais de promoção de produtos de exportação.

Os resultados apontam no sentido de indicar uma lista de produtos capaz de subsidiar possíveis medidas que possam vir a ser adotadas em prol da expansão do comércio exterior sergipano, trazendo benefícios para a dinâmica de crescimento econômico do estado.

## 5 – CONSIDERAÇÕES FINAIS

Fundamentado na Teoria da Base Exportadora, que preconiza que a expansão das exportações exercem um efeito multiplicador sobre as atividades do mercado interno não-exportador, incrementando assim os níveis de renda e de emprego da população, o artigo procurou caracterizar o comércio exterior em Sergipe e apresentar critérios que subsidiassem estratégias de promoção de exportações, sobretudo, através da identificação de produtos que possuam potencial exportador.

Para cumprir tais objetivos, o artigo foi dividido em três seções. Na primeira, a partir da Teoria da Base Econômica, analisou-se a importância das exportações para o crescimento econômico e a identificação dos fatores relevantes para sua expansão. Na segunda, tomando-se como base o Índice de Vantagem Comparativa Revelada (VCR), foi apresentada a matriz para determinação do potencial exportador. Por fim, na terceira seção, fez-se uma aplicação da metodologia ao caso da economia sergipana.

A Teoria da Base Econômica centra-se em dois elementos fundamentais, sendo estes: o dinheiro que entra na região graças às atividades básicas de exportação e os efeitos de propagação, devido ao impacto multiplicador desse dinheiro na região.

Além disso, destacou-se que, em regiões menores, a Teoria da Base Econômica torna-se mais pertinente na explicação do nível de atividade econômica desta, pois, quanto menor for uma região, mais ela será aberta. Por fim, apontou-se que a abertura econômica traz vantagens para a região ao possibilitar as trocas inter-regionais e através dos benefícios que esta pode obter com a especialização. Em seguida, na avaliação dos fatores mais relevantes para a expansão das exportações, identificou-se, a partir da análise da Teoria das Vantagens Comparativas, que um destes fatores é a produtividade.

Na segunda seção, a determinação do potencial exportador fundamentou-se na Teoria das Vantagens Comparativas, de Ricardo (1817), através do Índice de Vantagem Comparativa Revelada (VCR), de Balassa (1965). Este índice, combinado com o peso do produto na pauta de exportação estadual, gerou a matriz de potencial exportador. Isso possibilitou uma metodologia capaz de apontar os produtos de Sergipe que apresentam maior potencial exportador.

Na seção final, foi feita uma aplicação da metodologia ao caso da economia sergipana. Inicialmente, caracterizou-se a economia do estado. Em seguida, aplicou-se a matriz para determinar os produtos com maior potencial exportador em Sergipe. Uma característica importante do estado refere-se ao fato de que, mesmo sendo uma economia pequena e relativamente fechada, este possui uma dinâmica de crescimento mais acentuada na economia nacional. Mesmo considerando essa característica, o incremento do comércio exterior pode representar uma fonte de motivação adicional para o crescimento do estado, destacando a importância deste estudo.

Na análise do comércio exterior sergipano, identificaram-se as seguintes características sobre a pauta de exportação estadual: *i)* o suco de laranja é sempre o principal produto exportado; *ii)* os cinco principais produtos concentram parte significativa das exportações; *iii)* o principal bloco de destino é a União Europeia, sendo que, a África tem conseguido elevar sua participação como destino do produto local nos últimos dois anos, *iv)* os produtos que compõem a pauta apresentam excessiva volatilidade, tanto no valor exportado quanto na frequência com que aparecem na pauta.

Por fim, foram apontados quais dos produtos da pauta de exportação de Sergipe apresentam maior potencial exportador, subsidiando assim possíveis estratégias que possam vir a ser adotadas em prol das exportações sergipanas. Os resultados apontaram que, de um total de 99 itens exportados por Sergipe em 2007, 35 não apresentam potencial exportador, oito são dinâmicos e 56 apresentam potencial exportador. Portanto, a análise da matriz proposta aponta que a maioria dos produtos de Sergipe presentes na pauta de exportação apresenta potencial exportador. Estes produtos “Com Potencial” devem, assim, ser os principais alvos para as ações de fomento às exportações do Estado de Sergipe.

## ABSTRACT

---

This article examines the importance of foreign trade as a motivating factor for economic growth in a region. The aim is to present some criteria to support strategies that are able to promote exports, using a methodology for identification of potential export products, applied to the case of Sergipe. Sergipe, although being a small economy, has a growth dynamic stronger than that of Brazil, even though continues to be a relatively closed economy. This raises the possibility of Sergipe benefiting from foreign trade to encourage economic growth. The methodology proposes the use of a matrix for determining the export potential of this economy, based on the Index of Revealed Comparative Advantage. The present study used data mainly from IBGE and MDIC to characterize the Sergipe economy and its foreign trade flow and to investigate the products that may be promoted to incentive the exports in the state. The results indicate that, from a total of 99 items exported by Sergipe in 2007, 35 have no export potential, 8 are dynamic, and 56 have export potential. This shows that there is a way for developing strategies to increase the exports so that is encouraged the growth dynamics of the state.

## KEY WORDS

---

Export Base Theory; International Trade; Index of Revealed Comparative Advantage; Exporter Potential; Sergipe.

## REFERÊNCIAS

AGUIAR, G. A. O. **Comportamento das exportações e o crescimento econômico do Estado do Ceará de 1996-2006**. Fortaleza: Universidade de Fortaleza, 2008. 17 p. Disponível em: <<http://www.corecon-ce.org.br/GilsonAndre.pdf>>. Acesso em: 21 jun. 2009.

ARAÚJO, B. C. P. O. **Potencial exportador das firmas industriais brasileiras**. 2005. 76 f. Dissertação (Mestrado em Economia) - Escola em Administração Fazendária, Universidade de Brasília, Brasília, DF, 2005. Disponível em: <[http://bdt.d.bce.unb.br/tesesimplificado/tde\\_arquivos/8/TDE-2006-07-28T162047Z-165/Publico/disserta\\_\\_o-altcap1-1.pdf](http://bdt.d.bce.unb.br/tesesimplificado/tde_arquivos/8/TDE-2006-07-28T162047Z-165/Publico/disserta__o-altcap1-1.pdf)>. Acesso em: 21 ago. 2009.

BALASSA, B. Trade liberalization and “revealed” comparative advantage. **The Manchester Scholl of Economic and Social Studies**, Washington, v. 33, n. 2, p. 99-123, May. 1965. Disponível em: <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1467-9957.1965.tb00050.x/abstract>>. Acesso em: 4 mar. 2010.

COUTO, D. L. A. T.; FERREIRA, V. A. Vantagens comparativas reveladas das exportações do agronegócio mineiro para a União Europeia: um estudo de comércio exterior no período de 1996 a 2003. In: CONGRESSO DA SOBER, 43., 2005, Ribeirão Preto. **Anais...** Ribeirão Preto, 2005. Disponível em: <<http://www.sober.org.br/palestra/2/563.pdf>>. Acesso em: 4 mar. 2010.

DE NEGRI, F. Inovação tecnológica e exportações das firmas brasileiras. In: ENCONTRO NACIONAL DE ECONOMIA – ANPEC, 33. Natal: 2005. Disponível em: <<http://www.anpec.org.br/encontro2005/artigos/A05A100.pdf>>. Acesso em: 3 dez. 2009.

FREITAS, A. E. S. **Potencial exportador de atividades relacionadas ao agronegócio**: Bahia e oeste baiano. 2008. 164 f. Dissertação (Mestrado em Economia) - Faculdade de Ciências Econômicas, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2008. Disponível em: <<http://www.mesteco.ufba.br/scripts/db/teses/582009101357.pdf>>. Acesso em: 18 nov. 2009.

HOLANDA, M. C. **Dinâmica e determinação da vantagem comparativa**: o exemplo asiático. Fortaleza: CAEN, 2002. 15 p. (Textos para Discussão, n. 230). Disponível em: <<http://www.caen.ufc.br/pesquisa/td/TD4.htm>>. Acesso em: 4 mar. 2010.

IBGE. **Contas nacionais**: contas regionais do Brasil 2003-2007. Rio de Janeiro, 2009. 87 p. Disponível em: <[http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/contasregionais/2003\\_2007/contas\\_regionais\\_2003\\_2007.pdf](http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/contasregionais/2003_2007/contas_regionais_2003_2007.pdf)>. Acesso em: 4 mar. 2010.

ISTAKE, M. **Comércio externo e interno do Brasil e das suas macrorregiões**: um teste do Teorema de Heckscher-Ohlin. 2003. 158 f. Tese (Doutorado em Economia) - Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz, Universidade de São Paulo, Piracicaba, 2003. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/11/11132/tde-22102003-171821/>>. Acesso em: 13 dez. 2009.

JONES, R.; NEARY, P. The Positive Theory of International Trade. In: JONES, R.; KENEN, P. (Ed.). **Handbook of internacional economics**. Amsterdam: Elsevier, 1984. V. 1.

KEYNES, J. M. **Teoria geral do emprego, do juro e da moeda**. 2. ed. São Paulo: Nova Cultural, 1985. (Coleção Os Economistas).

KOHLER, R. **Simulações acerca da relação entre oferta de moeda e crescimento de pequenas economias locais abertas**. 2001. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Regional) - Universidade de Santa Cruz do Sul, Santa Cruz do Sul, 2001.

KRUGMAN, P.; OBSTFELD, M. **Economia Internacional**: teoria e política. São Paulo: Makron Books, 2001.

OLIVEIRA, S. S. **Comércio exterior**: mercado para as empresas pernambucanas de base tecnológica. 2008. 117 f. Dissertação (Mestrado em Economia) - Programa de Pós-graduação em Economia, Universidade Federal de Pernambuco, Recife. 2008. Disponível em: <<http://www.bdt.d>

ufpe.br/tedeSimplificado//tde\_busca/arquivo.php?codArquivo=5517>. Acesso em: 24 jun. 2009.

POSNER, M. V. International trade and technical change. **Oxford Economic Papers**, v. 13, p. 323-341, Out. 1961.

SANDRONI, P. **Novíssimo dicionário de economia**. 11 ed. São Paulo: Best Seller, 2002. 652 p.

SILVA, J. A. S. O modelo da base econômica e o grau de endogeneização do desenvolvimento turístico. **Revista de Desenvolvimento Econômico**, Salvador, ano 6, n. 10, p. 76-87, jul. 2004a. Disponível em: <<http://www.revistas.unifacs.br/index.php/rde/article/viewFile/105/109>>. Acesso em: 3 dez. 2009.

\_\_\_\_\_. **Turismo, crescimento e desenvolvimento: uma análise urbano-regional baseada em cluster**. 2004. 480 f. Tese (Doutorado em Geografia) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2004b. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27148/tde-02122005-231931/>>. Acesso em: 3 dez. 2009.

SIRKIN, G. The theory of the regional economic base. **The Review of Economics and Statistics**, v. 41, n. 4, p. 426-429, Nov.1959.

SOUZA, N. J. Conceito e aplicação da Teoria da Base Econômica. **Revista Perspectiva Econômica**, São Leopoldo, v. 10, n. 25, p. 117-130, mar. 1980. Disponível em: <[http://www.nalijsoza.web.br.com/teoria\\_base\\_rs.pdf](http://www.nalijsoza.web.br.com/teoria_base_rs.pdf)>. Acesso em: 24 jun. 2009.

\_\_\_\_\_. **Desenvolvimento econômico**. São Paulo: Atlas, 1999.

\_\_\_\_\_. Exportações e crescimento econômico do Rio Grande do Sul: 1951-2001. **Ensaio FEE**, Porto Alegre, v. 23, p. 565-602, 2002. Número Especial. Disponível em: <[http://www.fee.rs.gov.br/sitefee/download/eeg/1/mesa\\_1\\_%20souza.pdf](http://www.fee.rs.gov.br/sitefee/download/eeg/1/mesa_1_%20souza.pdf)>. Acesso em: 24 jun. 2009.

TIEBOUT, C. As exportações e o crescimento econômico regional. In: SCHWARTZMAN, J. (Org.). **Economia regional e urbana: textos escolhidos**. Belo Horizonte: UFMG, 1977. p.315-323.

VERNON, R. International investment and international trade in the product cycle. **Quarterly Journal of Economics**, v. 80, n. 2, p. 190-207, 1966.

---

Recebido para publicação em 01.02.2011.