

Estratégia & Negócios

ISSN 1984-3372

<http://portaldeperiodicos.unisul.br>

ARTIGOS

UMA ANÁLISE DAS POLÍTICAS DO COMÉRCIO EXTERIOR BRASILEIRO NOS ÚLTIMOS QUINZE ANOS

ANALYSIS OF BRAZILIAN FOREIGN TRADE POLICIES IN THE LAST FIFTEEN YEARS

Waldemar Rodrigues

Mestre em Administração pelo Unisal. Professor na Universidade Paulista (UNIP).

E-mail: rodriguesw@uol.com.br

Gideon Carvalho de Benedicto

Doutor em Ciências Contábeis pela USP. Professor na Pontifícia Universidade Católica de Campinas.

E-mail:

Recebido em 18/06/2009. Aprovado em 15/12/2009. Disponibilizado em 03/02/2010.
Avaliado pelo Sistema *double blind review*

Estratégia e Negócios, Florianópolis, v. 2, n. 2, jul./dez. 2009

<http://portaldeperiodicos.unisul.br/index.php/EeN/index>



©Copyright 2008 UNISUL-PPGA/Estratégia e Negócios. Todos os direitos reservados. Permitida citação parcial, desde que identificada a fonte. Proibida a reprodução total. Em caso de dúvidas, consulte o editor:

terezinha.angeloni@unisul.br ; (48) 3229-1932.

RESUMO

O COMÉRCIO EXTERIOR BRASILEIRO NESSES ÚLTIMOS QUINZE ANOS NOS MOSTRA QUE AS EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS VÊM CRESCENDO CADA VEZ MAIS E NOSSOS PRODUTOS ESTÃO FICANDO MAIS COMPETITIVOS NO MERCADO MUNDIAL. ISSO TUDO QUANDO SE FALA DE *COMMODITIES*, PORQUE NO CASO DE PRODUTOS MANUFATURADOS O BRASIL TEM EXPORTADO NOVOS PRODUTOS NUM RITMO BEM ACANHADO, E MESMO ASSIM VEM CONQUISTANDO NOVAS OPORTUNIDADES DE MERCADOS EM OUTROS PAÍSES, ATÉ PORQUE BASICAMENTE O MUNDO TODO ESTÁ SE TORNANDO COMPRADOR. A BALANÇA COMERCIAL DESDE 1998 VEM TENDO UM BOM DESEMPENHO, COM ALTOS SUPERÁVITS, ISSO SE DEVE AO EXCELENTE CRESCIMENTO DE NOSSAS EXPORTAÇÕES E A SUBSTITUIÇÃO DE ALGUNS PRODUTOS QUE IMPORTÁVAMOS. DURANTE ESSES ÚLTIMOS QUINZE ANOS O GOVERNO BRASILEIRO E OS EMPRESÁRIOS TÊM FORTALECIDO A MARCA BRASIL NO MERCADO INTERNACIONAL, PROPORCIONANDO AO PAÍS UM MELHOR DESEMPENHO E CRESCIMENTO ECONÔMICO.

Palavras-chave: Comércio Exterior. Políticas Governamentais. Exportações. Importações. Balança Comercial. Superávit. Produtos Competitivos. Mercado Mundial. *Commodities*. Produtos Manufaturados. Substituição de Importações.

1 INTRODUÇÃO

A análise geral das políticas de comércio exterior, adotadas nos últimos quinze anos, nos mostra a importância do governo de intervir no comércio exterior, tendo sempre a participação dos empresários, para obtenção de um equilíbrio econômico e financeiro facilitando a participação brasileira em diversos mercados.

O objetivo deste trabalho é mostrar o desenvolvimento do comércio exterior nos últimos quinze anos e as políticas adotadas pelos governos, bem como a capacidade dos empresários que apostam em seus produtos e serviços.

A metodologia empregada foi a pesquisa bibliográfica com base em várias abordagens de autores, estabelece-se argumentos e opiniões pessoais. Além disso, e experiência de longos anos na gestão e operacionalização de processos de exportação e importação contribuiu para a discussão do tema.

Na primeira parte desse trabalho nota-se o surgimento do comércio internacional, bem como o seu desenvolvimento no Brasil e como foi à abertura do mercado brasileiro para os produtos importados, no governo de Fernando Collor de Mello nos anos 90. Também se podem

perceber alguns desafios que o Brasil enfrentou para entrar no mercado internacional, tais como políticas protecionistas de países desenvolvidos, as barreiras comerciais impostas aos países em desenvolvimento e no nosso caso o chamado Custo Brasil que prejudica a competitividade brasileira.

O governo brasileiro foi abordado na segunda parte, iniciando com o governo de Fernando Collor de Mello apontando quais foram suas políticas, embora no seu pouco tempo de mandato. Após o governo Fernando Collor de Mello, se discute as políticas do governo de Fernando Henrique Cardoso (FHC), que deu maior atenção ao comércio exterior brasileiro em uma visão globalizada. É objeto de discussão também o atual governo de Luiz Inácio Lula da Silva, que abrange a continuidade da política de abertura de novos mercados que começou em governos anteriores.

2 O COMÉRCIO INTERNACIONAL

O comércio internacional atual é o resultado de muitos anos de evolução, modificações e adaptações às necessidades. Desde os primórdios da história, sempre houve a necessidade da troca de mercadorias. Vários são os motivos que nos leva as compras, seja para satisfazer as nossas necessidades vitais, ou para satisfazer o desejo de consumo e possuir algo que agrada ao nosso gosto pessoal. O motivo da necessidade das trocas pode estar relacionado à inexistência da auto-suficiência, ou seja, nenhuma nação é capaz de satisfazer suas próprias necessidades.

Nota-se que o comércio internacional desenvolveu-se a partir da necessidade das nações de suprirem suas carências. O desenvolvimento industrial internacional criou países de diferentes estágios de evolução. As características internas das nações, tais como disponibilidades de recursos naturais, divergências culturais, nível de escolaridade de seus habitantes fizeram com que os diferentes estágios de evolução se acentuassem.

A desigualdade da produção e as diferenças entre as disponibilidades de recursos naturais têm forçado as nações a buscarem em outros países os produtos e serviços que não podem ser produzidos em seu território (DIAS e RODRIGUES, 2004).

2.1 O COMÉRCIO EXTERIOR BRASILEIRO

O comércio externo passou a ser um dos fatores essenciais ao equilíbrio econômico brasileiro. À medida que se terminava o período de substituição de algumas importações, seguido

pela abertura econômica do país, foi surgindo padrões mais exigentes do consumo interno. Neste sentido, a industrialização leva à maior interdependência internacional pela vinculação dos processos produtivos modernos, em busca de importação de tecnologia externa em escala crescente.

O impulso industrial passa a depender da renovação dos equipamentos e dos processos de produção com recursos financeiros trazidos pelas empresas por meio de créditos e ou financiamentos, e que desde 2004 tem sido feito com a abertura de capitais das grandes empresas trazendo com isso investidores internacionais apostando em nosso potencial econômico. O ruim de tudo isso é a vinculação aos mercados externos afetando níveis de produção que introduz novas técnicas e reduz o volume de mão-de-obra menos qualificada.

O Brasil sofreu, com as crises do petróleo e as recessões comerciais, desequilíbrios conjunturais que agravaram o processo inflacionário, deflagrado internamente pelos planos desenvolvimentistas mal dimensionados e os conseqüentes déficits orçamentários crônicos. Ao mesmo tempo, deve-se realçar que a recessão e o desemprego, estimularam a modernização industrial e gerou reservas internacionais adequadas, capazes de permitirem soluções favoráveis ao endividamento externo Grieco (1994, p. 232) diz que:

A integração brasileira à economia mundial ganhou aspectos positivos que nos colocaram na lista dos países com o maior Produto Interno Bruto (PIB), ainda que não se possa dizer o mesmo da posição lastimável que ocupamos na distribuição de renda e na escala do progresso social mundial.

2.1.1 A abertura do mercado brasileiro para o mundo

A abertura do mercado brasileiro ganhou maior expressão no começo da década de 90 e dois fatos exerceram grande influência. O primeiro é o processo de abertura comercial instalado no governo Fernando Collor de Mello, por meio da redução gradativa das tarifas de importação do país. O segundo refere-se à constituição do Mercado Comum do Sul (Mercosul) e a maior aproximação do Brasil com os países, Argentina, Uruguai e Paraguai.

Com base na realidade internacional e consciente da necessidade de integração de uma política de comércio exterior como parte integrante do processo de desenvolvimento, surgiram novas reformulações.

O aumento das importações durante 1993 colaborou para o governo garantir incentivos à abertura do mercado brasileiro nas áreas de máquinas e equipamentos, de bens de informática,

matérias-primas e produtos intermediários, como químicos, derivados de petróleo, autopeças, trigo, algodão e fertilizantes. (GRIECO, 1994).

2.2 DESAFIOS DO BRASIL E AS POLÍTICAS PROTECIONISTAS NA AGRICULTURA

De acordo com Beraldo (2005) nenhum setor do comércio mundial sofre mais distorções do que a agropecuária, provocada pelo protecionismo agrícola, amplamente utilizado pelos países ricos para resguardar seus mercados internos da concorrência de outros países que produzem em condições mais eficientes e competitivas.

O crescimento da agropecuária brasileira e ampliação de suas exportações dependem cada vez mais do comportamento internacional. A atividade vem se modernizando e é cada vez mais competitiva, necessitando urgentemente da eliminação ou diminuição das políticas protecionistas.

Os países desenvolvidos adotam políticas protecionistas, por considerar o suprimento alimentar um importante fator de soberania nacional. O suporte dado à produção primária, pelos governos de países desenvolvidos é assegurar ao produtor rural um nível de vida justa, favorecer o aumento da produtividade e garantir aos países signatários auto-suficiência na produção de alimentos. Por exemplo, nos Estados Unidos, o sistema de proteção primária adotada foi de conceder subsídios diretamente ao produtor.

A política de subsídios à produção agrícola adotada por diversos países fez com que a produção agrícola desses países crescesse extraordinariamente. Os estoques se avolumaram, baixando os preços das *commodities* nos mercados internacionais, prejudicando países exportadores de alimentos como o Brasil, apesar de atualmente, com menos intensidade.

Como alternativa o Brasil vem se defendendo na Organização Mundial do Comércio (OMC) contra as políticas protecionistas praticadas por países desenvolvidos.

2.2.1 As barreiras comerciais

O Banco Mundial classificou como ato de afrontamento as barreiras comerciais que os países ricos impõem aos produtos das nações em desenvolvimento e disse que a resistência desses países de fazer em casa a liberalização que pregam ao mundo, sobretudo na agricultura, é um dos grandes obstáculos à realização dos objetivos de redução global da pobreza.

Conforme relatório do Banco Mundial¹, se os países ricos reduzirem suas barreiras comerciais, poderão aumentar o crescimento nos países em desenvolvimento em 0,5% adicional no longo prazo.

O ministro (Ministro Antonio Palocci) da Fazenda (2005), em entrevista no *site* Economia Br (2005) afirmou que *“é muita atrasada a postura dos países desenvolvidos de não aceitarem o fato de que os países em desenvolvimento conquistaram um nível de produtividade maior que o deles. Em matéria agro-industrial, o Brasil disputa com vantagem com qualquer país desenvolvido”*.

2.2.2 O custo Brasil

Custo Brasil é o nome dado a uma série de fatores internos responsáveis por encarecer os bens e serviços provenientes do Brasil, dificultando a competitividade, frente aos bens e serviços estrangeiros. O resultado dessa falta de competitividade é a dificuldade em aumentar as exportações e também em competir internamente com os bens e serviços importados.

Uma das maiores dificuldades para o desenvolvimento brasileiro está nas limitações para um real desenvolvimento das exportações, e seu maior limitador é conhecido como Custo Brasil (EQUIPE SABIDO, 2005).

Conforme apresentado no *site* Equipe Sabido (2005), pode-se ter os fatores abaixo como os responsáveis pelo Custo Brasil:

- **Transporte:** no Brasil, os transportes hidroviários e ferroviários são muito pouco explorados, são mais baratos. A maior parte do transporte de cargas é feito por caminhões antigos, em rodovias mal conservadas, o que aumenta os custos dos fretes. Os custos portuários no Brasil são muitos altos.
- **Carga Tributária:** eleva o preço final para os consumidores e também para os importadores. Os pagamentos dos impostos incidem várias vezes, esses impostos fazem com que a carga tributária brasileira seja uma das maiores do mundo, não existe a desoneração de impostos para exportação, com isso vendemos também impostos.

¹ BANCO Mundial. Indicadores de Desenvolvimento Mundial 2003. Disponível em: <http://www.obancomundial.org/index.php/content/view_document/1534.html>. Acesso em: 15 out 2005

- **Instabilidade Política e Econômica:** em um cenário de constante instabilidade econômica e política, em que as regras do jogo podem mudar a qualquer momento, as empresas privadas encontram muitas dificuldades para tornar seus projetos de investimentos viáveis, o que acaba por resultar em um grande empecilho para o crescimento econômico do Brasil.
- **Taxa de Juros:** as altas taxas de juros praticadas na economia brasileira dificultam e oneram os investimentos no setor produtivo.
- **Outros Fatores:** investimentos escassos em pesquisas tecnológicas, burocratização da economia.

De acordo com informações do *site* Economia Br (2005), os produtos brasileiros começam com uma desvantagem de 25% em relação, por exemplo, com os Estados Unidos, que não são considerados muito competitivos em relação ao Japão, Coréia do Sul, Taiwan e a China, por causa de suas moedas fortemente desvalorizadas frente ao dólar.

Em comparação com os Estados Unidos e o Brasil, temos custo tributário que provoca diminuição de nossa competitividade em 10%, afetando o custo de logística em 5% e o custo de capital já para outros 5%.

A burocracia também causou impacto desastroso ao país. Isso porque somente no mês de maio de 2003, o Sistema Integrado de Comércio Exterior (Siscomex), se utilizou da *Internet* e tendo um facilitado o que agora é conhecido como Siscomex *Web*.

2.3 BALANÇA COMERCIAL BRASILEIRA

As exportações e as importações de mercadorias integram a balança comercial. A diferença entre o valor das exportações e das importações de bens e serviços denomina-se superávit comercial quando as exportações excedem as importações. Já se observa o déficit comercial quando as importações excedem as exportações.

Com o mercantilismo (Conjunto de práticas e idéias adotadas pelos Estados Absolutistas, ao longo dos séculos XVI e XVIII), apareceu pela primeira vez o conceito de balança comercial, já que os países se vêem forçados a desenvolver ao máximo as exportações de produtos que são pagos em ouro e prata e reduzir ao mínimo possível às importações, que seriam pagas nestas

mesmas moedas. Desse modo, a balança comercial seria sempre favorável (DIAS e RODRIGUES, 2004).

A interferência das políticas externas na balança comercial fez com que na década de 90 um número considerável de países em desenvolvimento, implantou um conjunto de políticas de cunho liberal. Tais políticas sugeriam que uma maior integração a economia mundial, a partir da liberação comercial, financeira e de investimentos, seria um antídoto às crises de balanço de pagamentos observadas nos anos 80 e permitiria o crescimento econômico por meio do aumento das exportações e dos investimentos externos diretos.

O efeito combinado de uma queda drástica nas relações de troca, com o baixo crescimento econômico observados nos países industrializados e a abertura comercial e financeira nos países em desenvolvimento, explicaria a situação delicada desses países, que conjuga baixo crescimento econômico com fortes desequilíbrios externo. Some-se a isso o fato de que, apesar do discurso que invoca a liberdade de mercado e as virtudes da globalização, os países desenvolvidos têm sido crescentemente protecionistas. Exemplos dessa conduta são os subsídios que o mercado europeu concede aos seus agricultores e a forma pela quais os Estados Unidos sobre taxam o aço e o suco de laranjas brasileiras.

Estes fatos mostram o que aconteceu no Brasil nos anos 90, principalmente a partir de 1995. Muito bem comportados frente às recomendações do Consenso Internacional de *Washington*, o país implantou uma a uma as políticas sugeridas. Como resultados, registram-se taxas de crescimento econômicas negativas aliadas a uma piora crescente nas contas externas. O saldo da balança comercial se inverteu a partir de 1995, com um déficit cada vez maior, o balanço de serviços, já na época negativa, foi mais pressionado pelas contas de juros, viagem ao exterior e remessa de lucros. A dívida externa cresceu significativamente e como resultado desses fatores, aumentou nossa dependência dos fluxos de capitais internacionais para que fossem fechadas anualmente nossas contas com o resto do mundo.

Esse desequilíbrio tornou-se insustentável e o país foi obrigado a desvalorizar sua moeda. Mesmo depois de ter recorrido ao Fundo Monetário Internacional (FMI) para avaliar empréstimos junto a um conjunto de instituições que permitissem a manutenção de um mínimo de reservas em moeda forte e desaconselhassem à fuga dos capitais remanescentes. De julho de

1998 a março de 1999 já haviam voado para o exterior, em busca de maior segurança, cerca de US\$ 36 bilhões, dinheiro de estrangeiros, mas na sua maior parte de patriotas brasileiros.

O acordo com o FMI, conforme documento (Memorando de Política Econômica, de 8 de março de 1999), do Ministério da Fazenda (MF), previa um superávit comercial da ordem de US\$ 11 bilhões. Esses resultados provem dos ganhos de competitividade que a desvalorização cambial traria. Posteriormente, o mesmo governo (presidente Fernando Henrique Cardoso) reduziu essa cifra para US\$ 4 bilhões, e, nestes dois últimos anos tivemos um superávit nunca antes alcançado, mesmo assim não ultrapassamos a faixa de 1,8% do comércio mundial.

2.4 AS PRINCIPAIS INSTITUIÇÕES BRASILEIRAS INTERVENIENTES NO COMÉRCIO EXTERIOR

Para o desenvolvimento do comércio exterior do país é necessária a sistematização de suas atividades, de tal forma que seja um planejamento racional e bem elaborado, direcionando toda capacidade comercial brasileira no objetivo de conquistas comerciais no mercado internacional.

Os órgãos intervenientes se fazem necessário no comércio exterior de um país para regulamentar a proteção à indústria local contra a concorrência estrangeira de produção mais competitiva. Por exemplo, a regulamentação com o intuito de proteger o consumidor local, evitando exportação excessiva que possa provocar a falta do produto no mercado interno. Também outras regulamentações, no sentido de procurar manter o equilíbrio da balança comercial.

As principais nações possuem órgãos de intervenção e regulamentação dos esquemas de comércio exterior. São os ministérios, departamentos, juntas e *boards*, que coordenam a adoção de políticas de incentivo, as negociações externas e os esquemas de processamento administrativo e financiamentos. A importância de alguns órgãos intervenientes é destacada por Grieco (1994).

2.4.1 Conselho de governo da Presidência da República

A Câmara de Comércio Exterior (Camex) está subordinada ao Conselho de Governo da Presidência da República, com a finalidade de formular as políticas e coordenar as atividades relativas ao comércio exterior de bens e serviços. (Decreto nº 1386, de 06/02/95). O presidente do referido é o Ministro de Estado Chefe da Casa Civil e os demais membros são compostos pelos

seguintes Ministros: Relações Exteriores, Fazenda, Planejamento e Orçamento, Desenvolvimento da Indústria e do Comércio Exterior, Agricultura e do Abastecimento e da Reforma Agrária.

À Camex compete definir as diretrizes da política de comércio exterior, manifestar-se previamente sobre as normas e legislação sobre comércio exterior e temas correlatos, fixar as diretrizes para a política de financiamento e de seguro de crédito às exportações, estabelecer as diretrizes para a política de desregulamentação do comércio exterior, entre outras atividades.

2.4.2 Órgãos do Ministério da Fazenda (MF)

Conselho Monetário Nacional (CMN): integra o sistema financeiro nacional e formulam a política da moeda e do crédito, baixa normas que regulamentam as operações de câmbio, objetivando o progresso econômico e social do País.

Secretária da Receita Federal (SRF): supervisiona a atividade de administração tributária federal, regulamenta e aplica a legislação tributária federal, arrecada os tributos, estabelece medidas preventivas de combate ao contrabando e descaminho.

Banco Central do Brasil (Bacen): compete cumprir e fazer com que sejam observadas as normas previstas na legislação em vigor e divulgar por meio de resoluções, as deliberações emanadas do CMN. O Banco Central é o executor da política monetária do governo, competindo-lhe emitir moedas (papel e metálica).

2.4.3 Órgãos do Ministério do Desenvolvimento da Indústria e do Comércio Exterior (MDIC)

A Secretária de Comércio Exterior (Secex) tem algumas atribuições como:

- Formular propostas de políticas e programas de comércio exterior e estabelecer normas necessárias à sua implementação.
- Propor medidas, no âmbito das políticas fiscal e cambial, de financiamento, de recuperação de créditos à exportação, de seguros, de transportes e fretes e de promoção comercial.

A Secex é formada pelos seguintes departamentos:

- Departamentos de Operações de Comércio Exterior (Decex): tem o desafio de expandir as vendas externas brasileiras a patamar coerente com o potencial do país,

esforça-se para o aperfeiçoamento dos mecanismos de comércio exterior brasileiro e implementada ações direcionadas à sua simplificação e adequação a ambiente de negócios cada vez mais competitivo.

- Departamento de Defesa Comercial (Decom): compete examinar a procedência e o mérito de petições de abertura de investigações de *dumping*, de subsídios e de salvaguardas, com vistas à defesa da produção doméstica.
- Departamento de Planejamento e Desenvolvimento do Comércio Exterior (Depla): compete propor e acompanhar a execução das políticas e dos programas de comércio exterior; formular propostas de planejamento da ação governamental, em matéria de comércio exterior.
- Departamento de Negociações Internacionais (Deint): compete negociar e promover estudos e iniciativas internas destinadas ao apoio, informação e orientação da participação brasileira em negociações de Comércio Exterior.

O Ministério das Relações Exteriores (MRE): é um órgão da administração direta, atua no comércio exterior no campo internacional, principalmente por meio de seu departamento de promoção comercial. Tem como área de competência:

Política internacional; Relações diplomáticas e serviços consulares; Participações nas negociações comerciais, econômicas, técnicas e culturais com governos e entidades estrangeiras; Programas de coordenação internacional; Apoio às delegações, comitivas e representações brasileiras em agências e organismos internacionais e multilaterais.

3 GOVERNOS BRASILEIROS

Esta segunda parte do trabalho mostra o governo Fernando Collor de Mello, que governou o país no período de 1990 a 1992 e quais foram suas políticas ao comércio exterior brasileiro. Podemos dizer que foi neste governo que houve a abertura do mercado brasileiro, com as importações.

Conseqüentemente no governo Fernando Henrique Cardoso em 1994, deu-se maior atenção ao mercado externo, adotando programas e projetos para o incentivo às exportações brasileiras dando destaque ao projeto da Agência de Promoção de Exportação (Apex).

O atual governo Luiz Inácio Lula da Silva eleito em 2003, vem incentivando os acordos comerciais e de integração econômica com diferentes países e grupos regionais.

No decorrer deste trabalho se faz uma síntese das políticas de comércio exterior, adotadas por esses governos nos últimos doze anos e como o governo vem se preocupando com o comércio exterior e seu crescimento nesses anos.

3.1 GOVERNO FERNANDO COLLOR DE MELLO

Fernando Collor de Mello abriu o mercado brasileiro para a entrada de produtos estrangeiros, como na área de informática e da indústria automobilística que foram benéficas, pois fez com que a indústria nacional se modernizasse. Fez também privatizações e transferência de empresas estatais para o setor privado.

O governo justificava que a política de comércio exterior, abrindo o mercado brasileiro, facilitando as importações, produziria a reestruturação da economia, tornando as indústrias nacionais mais competitivas e estimuladas a igualar-se aos padrões internacionais.

Em 27 de junho de 1990, o governo Fernando Collor de Mello publicou a Portaria Ministério de Estado da Economia, Fazenda e Planejamento (MEFP) n. 365/90 de Diretrizes Gerais para a Política Industrial e de Comércio Exterior que tinha como objetivos o aumento da eficácia na produção e comercialização de bens e serviços, mediante a modernização e a reestruturação da indústria, contribuindo, dessa maneira, para a melhoria da qualidade de vida da população brasileira. Labatut (1994, p. 245) ressalta que:

Na área de comércio exterior, com a finalidade de propiciar condições de maior concorrência e competitividade às empresas nacionais, criou uma comissão mista - Governo e iniciativa privada, para a criação de um Banco do Comércio exterior de controle privado, destinado a prover financiamentos às exportações e importações.

3.1.1 Política de exportação

As políticas de exportação adotadas pelo governo Fernando Collor de Mello, primavam pela busca do enobrecimento crescente das exportações por meio de produtos com maior valor agregado e a identificação de novos mercados para os produtos brasileiros. Foram desenvolvidas as seguintes providências: criação de um mecanismo de financiamento para a exportação de produtos de ciclo longo, como os bens de capital. Houve simplificação dos controles operacionais exigidos para exportação, como também modernização da infra-estrutura operacional do

complexo exportador (portos, ferrovias, silos). O que se pretendia estava em objetivar a redução dos custos envolvidos, incluindo participação do capital privado, revisão da estrutura tributária e visando a compatibilização dos impostos cobrados no país com aqueles vigentes no cenário internacional (LABATUT, 1994).

3.1.2 Política de importação

Foram eliminados os controles quantitativos representados pelos programas de importação das empresas, além do fim da proibição de importar cerca de 1200 produtos, que datava de 1975.

No ano de 1990, precisamente no segundo semestre, começaria a vigorar a nova política de importações que teria a tarifa aduaneira como único instrumento. Na época a tarifa aduaneira, cuja média atingia 35%, com níveis que variavam entre 0% a 105% (LABATUT, 1994).

Ainda, conforme Labatut (1994, p. 245):

Pretendia-se atingir até o ano de 1994, níveis tarifários entre 0% (zero por cento) e 40% (quarenta por cento) seria utilizado, de maneira geral, para aqueles produtos que necessitavam de proteção temporária de acordo com as orientações da Política Industrial e de Comércio Exterior. Para os produtos novos, de indústrias nascentes de tecnologia de ponta, eventualmente em caráter excepcional, poderão ser estabelecidos níveis tarifários superiores, mas sempre temporariamente.

3.1.3 Políticas atuais sobre tarifa aduaneira

Segundo Preto (2005), o ministro, Luiz Fernando Furlan, do MDIC, fez uma proposta “mais agressiva” do que a Ministério da Fazenda em relação ao projeto de redução das alíquotas de importação junto a Organização Mundial do Comércio (OMC), em que prevê a redução de 35% para 10% a alíquota de importação para bens industriais.

Há três alternativas para a redução das alíquotas de importação, uma do MDIC, uma chamada de coalizão empresarial brasileira, e outra do Itamaraty. Depois que houver uma decisão preliminar do governo brasileiro, a proposta escolhida será levada ao Mercosul e poderá constituir uma plataforma máxima de negociação na OMC.

O ministro do MDIC ressaltou que “é uma negociação de longo prazo e que é uma desoneração gradual que terá efeito concreto entre cinco e dez anos”.

3.2 GOVERNO FERNANDO HENRIQUE CARDOSO (FHC)

No ano de 1994, assumiu a presidência da república o senhor Fernando Henrique Cardoso, o qual foi reeleito em 1998 e governou até 2002. Este presidente, preocupado com a pouca atenção dada ao mercado externo, concedeu ao Ministério do Desenvolvimento Indústria e Comércio Exterior (MDIC) a tarefa de resolver o mais importante passo da economia nacional: a exportação.

Quando voltada para o mercado interno, a produção é destinada ao consumo internamente. Na ocorrência de excedente de produção, comercializa para o exterior, ocasionando baixa receita em moeda estrangeira. Isso vem causar ao país extrema dependência do capital oriundo do exterior, originando dessa forma considerável parte das dificuldades econômicas que o país alcançou nos últimos anos.

De embaixador, Sérgio Amaral foi designado para ser Ministro do Desenvolvimento, com a grande missão de mudar o panorama das contas do país e fazer com que as empresas brasileiras alcançassem maior visibilidade nacional e internacional para obterem lucros atuando no mercado interno e também no externo. Desta maneira, tais empresas cooperariam com o governo para sanear o desastre econômico verificado nas contas externas do país. Foi quando então o presidente Fernando Henrique Cardoso, no dia 23 de agosto de 2001, ao empossar Sérgio Amaral, como Ministro de Desenvolvimento e se referiu que o melhor para o país era ter desempenho da balança comercial, e a partir de então exportar ou morrer.

De acordo com Braga (2005), a medida adotada era para proporcionar desenvolvimento ao país. O Ministro Sérgio Amaral “anunciou um projeto de agregação de valor ao café nacional para torná-lo uma marca tão forte quanto o café colombiano, nosso principal concorrente”. Isso teve como resultado uma intermediação, que segundo Braga (2005), intermediou com sucesso uma briga de empresários com o governo por causa de impostos pagos por exportadores e elegeu uma lista de oito cadeias produtivas que receberão empréstimos do governo para estimular seu potencial exportador.

Quanto às exportações, Braga (2005) também revela que o Brasil exportou US\$ 55 bilhões, isso no ano de 2000, tendo o saldo em vermelho, que de acordo com o mesmo Braga foi de US\$ 697 milhões em 2000. Em 2001, pela primeira vez desde 1995, até outubro, o superávit era de US\$ 1,426 bilhões. Na opinião de José Augusto de Castro, diretor da Associação dos Exportadores

Brasileiros, mencionado por Braga (2005), “é quase uma ilusão. Há superávit porque as importações caíram, não porque as exportações subiram”.

A conclusão que se chega é que uma boa parte desse superávit foi fruto do trabalho que o governo do presidente Fernando Henrique Cardoso fez por meio do MDIC, na gestão do embaixador Sérgio Amaral, descobrindo novos parceiros em países até então tidos como maiores concorrentes e desenvolvendo ainda mais nossos parceiros antigos com produtos com maior valor agregado.

3.2.1 O Governo de Fernando Henrique Cardoso e seus principais programas e projetos para o comércio exterior

No governo de FHC foram criadas várias iniciativas direcionadas para o aumento da base exportadora, de apoio aos setores com potencial para atuar no mercado externo, de promoção de produtos e serviços, bem como para oferecer suporte financeiro e técnico aos exportadores. Os principais programas e projetos criados durante o governo de FHC foram:

Projeto de Promoção de Exportações - O ministro Sérgio Amaral, divulgou o Projeto de Promoção de Exportações, com o objetivo de prioridades por produto e países para a promoção comercial, envolvendo sete países: Estados Unidos, Reino Unido, Alemanha, Japão, Índia, China e México. Em cada um desses mercados foi definida uma estratégia de penetração que envolveu missões empresariais estrangeiras ao Brasil e empresários brasileiros ao exterior e apoio aos exportadores brasileiros nos mercados de destino.

Programa Especial de Exportações (PEE) - Criado em 8 de setembro 1998, foi organizado sob a forma de uma estrutura matricial, com dezesseis gerências temáticas e sessenta e uma gerências setoriais, interligando os setores produtivos às áreas governamentais ligadas ao comércio exterior. Tem como objetivos:

- Expandir as exportações apoiando a ação governamental de geração de empregos, de renda e de ajuste das contas externas, e,
- Mobilizar os exportadores e os principais formadores de opinião da sociedade civil e do governo quanto a importância essencial do PEE para a retomada e crescimento sustentado da economia brasileira.

Agência de Promoção de Exportação (Apex) - Criada em 21 de novembro de 1997, a Apex faz parte da estrutura do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) e tem o objetivo de apoiar a implementação da política de promoção comercial das exportações. Promovem promoções comerciais, buscando preparar as empresas para exportar, adequar seu produto e apoiar as atividades de promoção no exterior.

As micro e pequenas empresas são as principais beneficiadas pelos projetos da Apex, podendo também ser contempladas as médias e grandes.

Programa de Apoio Tecnológico as Exportações (Progex) - Criado em 1999, o Progex é administrado pelo Instituto de Pesquisas Tecnológicas (IPT) e tem como objetivo adequar os produtos aos mercados internacionais, contribuindo para o aumento das exportações. Todos os setores podem contar com o apoio do Progex.

O programa tem como finalidade prestar assistências tecnológicas às médias e pequenas empresas que queiram se tornar exportadoras ou aquelas que já exportam e desejam melhorar seu desempenho no mercado externo.

Programa de Apoio às Exportações (PAE) - Este programa é destinado às micro e pequenas empresas e tem como principais objetivos:

- Auxiliar na criação e disseminação de cultura exportadora.
- Apoiar projetos e iniciativas governamentais ou privadas que visem aumentar as exportações, por exemplo, a formação de consórcios de exportações.

O programa conta com diversas parcerias como o Banco do Brasil e a Apex para atender as necessidades das micro e pequenas empresas. O programa também procura possibilitar a conquista de novos mercados promovendo a mudança cultural necessária ao início das atividades de comércio exterior, superando a suposta complexidade dos negócios internacionais.

3.3 GOVERNO LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA

No ano de 2003, assumiu a presidência da república Luiz Inácio Lula da Silva, sendo eleito no segundo turno em 27 de outubro de 2002. Eleito também para um segundo mandato que vai até o final de 2010.

O presidente nomeou em seu primeiro mandato o senhor Luiz Fernando Furlan, para o MDIC, objetivando formalizar acordos comerciais e de integração econômica com diferentes países e grupos regionais. Desde 2007 foi designado o ministro Miguel Jorge, que até o momento nada mostrou a que veio.

3.3.1 Tratados, acordos de cooperação e alianças

Em 2003, surgiu o interesse por um tratado de cooperação trilateral, entre Brasil, África do Sul e Índia. O objetivo estava em firmarem cooperação em ciência, tecnologia, educação, saúde, turismo, defesa entre outros. Teve como resultados a redução de custos e de aprendizado conjunto para o bem-comum dessas nações.

Concluíram também acordos em áreas como transporte e facilitação de comunicações com os demais países das três regiões (América do Sul, África e Ásia). Na área de saúde tornou-se urgente o apoio do Brasil e da Índia na dramática luta contra a *Acquired Immune Deficiency Syndrome* (Aids) na África do Sul. O tratado de cooperação surgiu durante o encontro do G8 em junho de 2003.

Outra negociação que ganhou força no encontro do G8 de 2003 foi um possível acordo com o bloco dos 22 países árabes no Oriente Médio, bastante interessados em novas parcerias. O presidente Luiz Inácio Lula da Silva visitou a região em dezembro de 2003. Também outro fato que cabe ressaltar é que existem conversações para um possível acordo do Brasil e do Mercosul com a Liga Árabe, que representa um fantástico e sofisticado mercado de consumo.

Os países Baleias são assim conhecidos por disporem de gigantescas extensões territoriais e enormes mercados populacionais com crescente poder aquisitivo e qualidade de vida. São cinco países que o compõem Brasil, Rússia, Índia, China mais a África do Sul por representar o imenso continente africano. Esta aliança tem como objetivo um acordo comercial e principalmente de integração econômica entre eles, será interessante para todos, pois são complementares em suas grandezas.

3.3.2 O Brasil conquistando novos mercados

A abertura de novos mercados e a forte promoção dos produtos brasileiros no exterior vem sendo reforçada pelas viagens do presidente Luiz Inácio Lula da Silva. Iniciando em 2003, o

presidente esteve em viagem a diversos países da África, Europa, Ásia e América Latina para deixar o Brasil mais conhecido comercialmente.

3.3.2.1 Brasil x Rússia

Ampliar o intercâmbio comercial entre o Brasil e a Rússia é uma das prioridades do governo federal, já que o Brasil conta com uma pauta diversificada de produtos para exportação no mercado internacional que ainda não estão presentes no comércio com a Rússia.

Em maio de 2003, o Ministro Luis Fernando Furlan, chefiou uma comitiva com 54 representantes de diversos setores da economia brasileira. O grupo se reuniu durante três dias em Moscou para negociar parcerias bilaterais que possibilitem a produção e inserção de produtos brasileiros, de preferência com alto valor agregado.

As negociações comerciais ocorreram na área de medicamentos, em que a Rússia tem altíssima tecnologia. O país faz uso de medicamentos tradicionais para combater endemias e pode transferir esse conhecimento para outros países.

A Rússia possui várias reservas petrolíferas, mas está se acabando, e isto possibilita que empresas brasileiras tenham a chance de atuar em obras de manutenção e modernização das indústrias na Rússia. No setor aeroespacial, a Rússia possui uma moderna tecnologia que pode colaborar com os projetos brasileiros voltados para este item.

O *site* do MDIC (2003) mostra que:

Os mecanismos de cooperação existentes entre os dois países é um eficiente instrumento para a ampliação de novos projetos bilaterais. O comércio é o aspecto mais visível dessa relação, que nos últimos anos vem registrando um sucessivo incremento com cifras de US\$ 1 bilhão em 2000, US\$ 1,5 bilhão em 2001 e US\$ 1,7 bilhão em 2002.

3.3.2.2 Brasil x China

A missão comercial realizada em junho de 2004 na China, por pequenas e médias empresas brasileiras, foi o melhor resultado, desde o início do governo Luiz Inácio Lula da Silva. Foram fechados negócios futuros, principalmente nos setores de alimentos processados como massas, café em grão, doces e frutas secas, além de carnes diversas, incluindo peixes.

A missão aconteceu na capital Xangai, promovida pela Apex e em conjunto com o MDIC. O evento mostrou que os chineses estão interessados em alimentos. Há uma forte demanda por carne e bebidas como café, cachaça e vinho.

No início dos anos 90, a venda de produtos para a China totalizava US\$ 381 milhões e a corrente de comércio (exportação + importação) era de US\$ 550 milhões. No ano de 2003, esses números chegaram a US\$ 4,3 bilhões e US\$ 6,8 bilhões respectivamente, conforme dados do MDIC (2004).

Os principais produtos que a China comprou dos brasileiros em 2003, segundo (MDIC, 2004), foram soja em grão, minérios de ferro, produtos laminados de ferro/aço, celulose e produtos semifaturados de ferro/aço.

A diversidade de produtos brasileiros que vão para a China é outro fator importante e que explica o crescimento do intercâmbio entre os dois países. Em 2003, os chineses importaram do Brasil desde fumo e suco de laranja a caixas de papel e algodão.

O presidente Luiz Inácio Lula da Silva viajou em maio de 2004 para a China, onde foram firmados dez acordos entre os dois países e assinados diversos contratos comerciais, segundo Lourenço e Teixeira (2005 p. 56) “A missão comercial foi a maior já organizada pelo governo brasileiro e contou com a participação de aproximadamente 460 empresários representando 315 empresas”.

A viagem parece ter produzido bons resultados, pois os empreendedores puderam participar de diversos encontros de negócios nas áreas de bebidas, cosméticos, alimentos, materiais de construção e equipamentos médico-hospitalares.

3.3.2.3 Brasil x Índia

Em 2004, o Brasil por intermédio da Apex - Brasil esteve presente na Índia, na feira Índia Internacional *Trade Fair* (II TF 2004) que aconteceu em Nova Delhi. Esta feira é uma ação de continuidade ao estreitamento de relações comerciais entre Brasil e Índia, iniciado pela visita do presidente Luiz Inácio Lula da Silva ao país no início do ano de 2004.

Diz Juan Quirós, presidente da Apex - Brasil em entrevista ao *site* do MDIC (2004) “É um mercado diferenciado, do qual o Brasil participa de maneira muito tímida, o Brasil representou em 2003, 0,8% do total de exportações do país, que importou do mundo US\$ 69,2 bilhões”.

Os estudos feitos pela Apex apresentaram setores com grande potencial de venda para os produtos brasileiros na Índia, como calçados e acessórios, móveis, pedras preciosas, indústria de filmes, cerâmica e cosmética.

Segundo (MDIC, 2004), “o Brasil foi o 34º mercado fornecer para a Índia e o 32º destino das exportações indianas. A pauta de exportação brasileira para a Índia, considerando os dados de janeiro a agosto de 2004, foi constituída por 84% de bens industrializados e 15% de produtos básicos”. A comercialização entre os dois países está se fortalecendo cada vez mais possibilitando e assim vem a favorecer novas oportunidades aos produtos brasileiros na conquista deste novo mercado.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como se pode notar cada governo contribuiu de alguma forma para desenvolver políticas de comércio exterior. Entretanto, foi no governo de Fernando Henrique Cardoso (FHC), anterior ao de Luiz Inácio Lula da Silva, que se introduziu no país a idéia de buscar mercados poucos tradicionais, com vistas a sair da dependência dos Estados Unidos e da União Européia.

O legado deixado por FHC foi de suma relevância para o momento que vive agora o comércio exterior brasileiro, não apenas em termos de superávit, mas especialmente por sua participação no cenário internacional, pelas relações diplomáticas e por uma visão mais globalizada do mundo.

O governo de Luiz Inácio Lula da Silva vem dando continuidade à política de comércio internacional, deixada por Fernando Henrique Cardoso, fortalecendo cada vez mais o ideal de aumentar expressivamente as exportações brasileiras, e em suas viagens tenta fortalecer ainda mais os acordos comerciais já assinados, além de buscar novos mercados.

A aproximação com a China, a Índia, a Rússia e a África do Sul, começou há mais tempo, não é algo que o governo Luiz Inácio Lula da Silva está introduzindo, mas sim desenvolvendo o comércio exterior. A China, por exemplo, que sempre vendeu para o Brasil e agora também se

tornou um forte comprador de nossos produtos, proporcionando ao Brasil uma conquista muito importante, e até na comercialização com outros países asiáticos.

Apesar de o Brasil possuir uma pequena presença comercial no mercado internacional, ele está se desenvolvendo economicamente bem e mantendo um crescimento da produção nacional, aumentando assim as exportações brasileiras e mantendo nossa balança comercial com superávits.

Mais do que nunca o governo precisa promover uma política de comércio exterior engajada com forte e consistente promoção comercial, fazendo parcerias com os empresários brasileiros com a conscientização de buscar a penetração de produtos brasileiros no mercado internacional e agregar cada vez mais valor a esses produtos, principalmente agora, em que o ambiente econômico tornou-se um dos mais difíceis que já foi visto, isto devido à crise financeira que começou há um ano (setembro 2007), e está começando a atingir fortemente a economia americana e porque não dizer a economia global, criando um dos mais difíceis contextos já vistos. A “tempestade financeira” não diminuiu, e seus efeitos para o conjunto da economia se tornam aparentes na forma de uma desaceleração da atividade econômica e a alta do desemprego.

Outro detalhe também importante para o comércio exterior brasileiro foi à valorização do real frente ao dólar que chegou quase no limite do que a economia pode suportar. E se por ventura fosse mais adiante, o Brasil estaria “perdido”, pois o câmbio valorizado é muito ruim para alguns setores da economia, muito embora a desvalorização da moeda americana auxilia no combate à inflação. A valorização de nossa moeda ajudou a reduzir o ímpeto inflacionário.

ANALYSIS OF BRAZILIAN FOREIGN TRADE POLICIES IN THE LAST FIFTEEN YEARS

ABSTRACT

The Brazilian foreign trade such past fifteen years shows that Brazil's exports have been growing more and more and our products are getting more competitive on the world market. All that when we talk about commodities, why in the case of manufactured products, Brazil has exported new products in well timid rhythm, and still is conquering new market opportunities in other countries, because basically the whole world is becoming buyer. The trade balance since 1998 come from having a good performance, with excellent surpluses, this is due to the excellent growth of our exports and replacement of some products that we imported, during these past fifteen years and the Brazilian government and entrepreneurs have supported the Brazil trade mark in the international marketing, providing to the country better performance and economic growth.

Key-words: Brazilian foreign trade. Government policy. Export. Import. Trade balance. Surplus. Competitive products. World market. Commodities. Manufactured products. Replacement of imported products.

REFERÊNCIAS

ABINEE. *Antes do fim do mês, importação de agosto é recorde*. Disponível em: <<http://www.abinee.org.br/noticias/cdri1.htm#outros>>. Acesso em: 21/Set/2005.

BALANÇA comercial Brasil x Mercosul. Disponível em: <<http://www.grupobrasilrio.com/print.php?printable&r=110&m=112&t=1627Noticias>>. Acesso em: 07/Set/2005.

BANCO Mundial. *Indicadores de desenvolvimento mundial 2003*. Disponível em: <http://www.obancomundial.org/index.php/content/view_document/1534.html>. Acesso em: 15/Out/2005.

BANDEIRA, M. *Relações Brasil-EUA no contexto da globalização*. 2. ed. São Paulo: Editora Senac, 1999.

BERALDO, A. D. Proposta para o campo: subsídios distorcem o mercado agrícola mundial. *Informativo Técnico Revista Gleba*. Disponível em: <<http://www.cna.org.br/Gleba02/Setembro/Subsidios.htm>>. Acesso em: 08/Out/2005.

BRAGA, U. *Sem dinheiro pra exportar*. Correio Brasiliense. Disponível em: <http://www.fenop.com.br/ogmos/noticia.asp?noticia_id=161>. Acesso em: 08/Out/2005.

CRUZEIRO, Net. *Importações de US\$ 5,75 Bilhões batem record em Setembro*. Disponível em: <<http://www.jcsol.com.br/2004/10/02/02B101.php>>. Acesso em: 20/Set/2005.

DEPARTAMENTO Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos – DIEESE. *O gargalo das nossas contas externas*. Disponível em: <<http://www.dieese.org.br/bol/cju/cjuset99.xml>>. Acesso em: 10/Set/2005.

DIAS, R. ; RODRIGUES, W. *Comércio Exterior: teoria e gestão*. São Paulo: Editora Atlas, 2004.

ECONOMIA, Br. *A economia brasileira no futuro*. Disponível em:
<http://www.economiabr.defesabr.com/economia_futuro.htm>. Acesso em: 07/Set/2005.

ECONOMIA, Br. *A economia brasileira indicadores econômicos infra-estrutura*. Disponível em:
<http://www.economiabr.defesabr.com/Ind/Ind_infra.htm#Ferrovias>. Acesso em: 07/Set/2005.

ECONOMIA, Br. *Acordos e Alianças*. Disponível em:
<http://www.economiabr.defesabr.com/Eco/Eco_acordos.htm>. Acesso em: 07/Set/2005.

ECONOMIA, Br. *As exportações brasileiras*. Disponível em:
<http://www.economiabr.defesabr.com/Eco/Eco_exportacao.htm>. Acesso em: 18/Ago/2005.

ECOVIA. *Produtos nacionais perdem competitividade por conta da infra-estrutura brasileira*. Disponível em:
<<http://www.ecovia.com.br/cgicn/news.cgi?cl=101099111118105097098114&arecod=1&newcod=334>>. Acesso em: 05/Set/2005.

EQUIPE da desburocratização. *Desburocratização das exportações de micro e pequenas empresas*. Estudo 2002. Disponível em: <http://www.d.gov.br/arquivos/relatorio_final-graf.pdf>. Acesso em: 20/Jul/2005.

EQUIPE Sabido. *Como entender o significado da expressão "Custo Brasil"*. Disponível em:
<<http://www.sabido.com.br/artigo.asp?art=1772>>. Acesso em: 15/Out/2005.

GOULART, L. *É hora de repensar o comércio exterior*. Disponível em:
<<http://www.funex.com.br/janela.asp?tp=2&xcd=37>>. Acesso em: 20/Set/2005.

GRIECO, F. A. *O Brasil e o Comércio Internacional*. São Paulo: Aduaneiras, 1994.

GUIMARÃES, C. B. Estratégias diferentes para não reduzir o ritmo. *Balanço Comércio Exterior. Gazeta Mercantil*, São Paulo, n. 1, ano I, p. 64-65, jul. 2005.

HARTUNG, D. S. *Negócios Internacionais*. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.

ISTO é dinheiro. Celeiro de oportunidades. *O Brasil também vem avançando em vários outros frentes do agronegócio, como borracha, trigo e algodão*. Disponível em:
<http://www.terra.com.br/istoedinheiro/especiais/agronegocios/celeiro_oportunidades.htm>. Acesso em: 03/Set/2005.

KLEBER, K. Brasil consolida posição e traça política para competir mais. *Balanço Comércio Exterior. Gazeta Mercantil*, São Paulo, n. 1, ano I, p. 07-14, jul. 2005.

LABATUT, E. N. *Política de comércio exterior*. São Paulo: Aduaneiras, 1994.

LOURENÇO, F. e TEIXEIRA, K. De olhos bem abertos. *Pequenas empresas & grandes negócios*, Rio de Janeiro, n. 1, p. 56-59, maio. 2005.

QUESTÃO. *Brasil conquista mercado e bate recordes*. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/emquestao/eq122.htm>>. Acesso em: 18/Set/2005.

MACHADO, A. P. Risco de “apagão logístico” no transporte. *Balanço Comércio Exterior. Gazeta Mercantil*, São Paulo, n.1, ano I, p. 56-60, jul. 2005.

MAIA, J. M. *Economia internacional e comércio exterior*. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

MANCINI, C. É difícil mudar o mapa comercial. *Balanço Comércio Exterior. Gazeta Mercantil*, São Paulo, n.1, ano I, p. 32-38, jul. 2005.

MDIC, 2004. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. *China: importante parceiro comercial*. Disponível em: <http://www.desenvolvimento.gov.br/sitio/ascom/noticias/noticia.php?cd_noticia=5898>. Acesso em: 15/Set/2005.

MDIC, 2003. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. *Ministro Furlan realiza primeira missão empresarial do governo Lula*. Disponível em: http://www.desenvolvimento.gov.br/sitio/ascom/noticias/noticia.php?cd_noticia=5124. Acesso em: 10/Set/2005.

MDIC, 2004. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. Portal do Exportador – *Brasil é tema de megaevento de comércio exterior na Ásia*. Disponível em: <www.portaldoexportador.gov.br/Dinamica.asp?CodigoDaPublicacao=1559&CaminhoTemplate=noticiaportal.asp>. Acesso em: 10/Set/2005.

NETCOMEX. *Importações superam US\$ 7,6 bilhões em agosto*. Disponível em: <<http://www.netcomex.com.br/conteudo.php?cod=484>>. Acesso em: 18/Set/2005.

OLIVEIRA, K. Balança acumula superávit de US\$ 22,4 bilhões no ano. *Jornal Gazeta Mercantil*, São Paulo, Caderno Nacional, Ano. LXXXV, n. 23.111, 19/Jul/2005.

OSMAN, R. A vez do Brasil. *Pequenas empresas & grandes negócios*, Rio de Janeiro, n.1, pp. 6-12, maio. 2005.

PRETO, N. Há outras propostas para abrir economia. *Jornal Gazeta Mercantil*, São Paulo, Caderno Nacional, Ano LXXXV, n. 23.161, 13/Set/2005.

RODRIGUES, W. *Os órgãos intervenientes no Comércio Exterior*. Campinas: Apostila, 2005. (Atualizada).

RODRIGUES, W. *Sistemática de Exportação*: conceitos, operacionalização e práticas. IN: DIAS, R.;

RODRIGUES, W. (Org). *Comércio Exterior: teoria e gestão*. São Paulo: Atlas, 2004.

SCHEINKMAN, J. A. *Para crescer, é preciso investir em infra-estrutura*. Disponível em: <<http://www.udop.com.br/index.php?cod=33391&tipo=clipping>>. Acesso em: 07/Set/2005.

SILVEIRA, R. C. *Como exportar 100 bilhões*: Medidas de estímulo às exportações. São Paulo: Tempos Modernos 1998.

VASCONCELLOS, M. A. S. *Economia Brasileira Contemporânea*. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

VIZENTINI, P. *Blocos Econômicos*. Disponível em: <<http://www.suapesquisa.com/blocoseconomicos/>>. Acesso em: 07/Out/2005.