

Comércio e Serviços



**Bahia que Faz: Densificação da
Base Econômica e Geração de
Emprego e Renda**



► COMÉRCIO E SERVIÇOS

COMÉRCIO EXTERIOR

Desempenho

Os resultados alcançados pelo comércio exterior baiano nos últimos anos, com o alargamento da base exportadora, evidenciado pelo ingresso nos últimos quatro anos, de 712 novos produtos e de 272 novas empresas, é resultado da dinamização da economia estadual. A reorganização e diversificação produtiva por que passa a economia baiana, e o grande número de ações na direção de estimular mais empresas a exportar, resultantes da análise estratégica dos segmentos industriais organizados e competitivos, promoveram o aumento da competitividade, o incremento das operações comerciais externas, a melhoria no desenvolvimento de produtos e a ampliação de mercados, principalmente para as pequenas e médias empresas.

A quebra de recordes consecutivos no volume de exportações nos últimos 4 anos – crescimento estimado de cerca de 127% no período, conforme Tabela I - consolidou a Bahia como sexto maior estado exportador do país e detentor de 58% das exportações do Nordeste. Esta posição é também resultado de esforços desen-

Agcom



Segmento automotivo é destaque nas exportações

volvidos pelo Governo do Estado através do Centro Internacional de Negócios da Bahia – Promo, com vistas à internacionalização da economia baiana, do aprimoramento e desenvolvimento de novos produtos destinados ao mercado externo e da abertura de novos mercados.

O ritmo de crescimento das exportações continua elevado em 2006, devendo alcançar US\$ 7,4 bilhões no ano, (US\$ 5 bilhões até setembro). As vendas externas do Estado cresceram 17,8% até setembro ante o mesmo período de 2005, o que contribuiu fortemente para a expansão da atividade econômica da Bahia.

A Tabela 2 apresenta as exportações baianas no período 2003-2006 realizadas pelos principais segmentos.

TABELA I

BALANÇA COMERCIAL DA BAHIA
BAHIA, 2003-2006

DISCRIMINAÇÃO	US\$ 1.000,00 FOB				VARIAÇÃO % 2006/2003
	2003	2004	2005	2006 (*)	
Exportações	3.258.772	4.062.916	5.987.744	7.387.000	126,7
Importações	1.945.000	3.021.129	3.310.799	4.400.000	126,2
Saldos	1.334.552	1.041.787	2.676.945	2.987.000	123,8
Corrente de Comércio	5.182.992	7.084.045	9.298.543	11.787.000	127,4

Fonte: MDIC/Secex, elaboração: Promo

(*) Dados projetados

TABELA 2

EXPORTAÇÕES - PRINCIPAIS SEGMENTOS
BAHIA, 2003-2006

SEGMENTOS	US\$ 1.000,00 FOB				VARIAÇÃO % 2006/2003	PARTICIPAÇÃO % 2006
	2003	2004	2005	2006 (*)		
Derivados de Petróleo	794.203	549.770	1.375.657	1.521.339	91,6	20,6
Químicos e Petroquímicos	609.267	946.491	1.152.388	1.164.027	91,1	15,8
Automóveis	398.672	640.719	872.186	1.485.333	272,6	20,1
Metalúrgicos	262.050	384.872	578.294	541.861	106,8	7,3
Papel e Celulose	249.806	277.775	434.363	846.791	239,0	11,5
Soja e Derivados	213.271	335.547	377.174	600.800	181,7	8,1
Cacau e Derivados	153.185	194.045	224.401	159.325	4,0	2,2
Minerais	104.008	103.588	154.801	151.720	45,9	2,0
Frutas e Suas Preparações	80.482	74.884	103.581	125.737	56,2	1,7
Algodão e Seus Subprodutos	58.455	60.299	96.112	87.164	49,1	1,2
Café e Especiarias	53.925	68.065	89.054	111.389	106,6	1,5
Couros e Peles	39.021	72.406	71.597	77.862	99,5	1,1
Móveis e Semelhantes	28.927	45.327	68.236	102.682	255,0	1,4
Sisal e Derivados	27.840	62.548	63.552	64.772	132,7	0,9
Calçados e Suas Partes	27.656	50.816	56.032	72.987	163,9	1,0
Borracha e Suas Obras	27.053	13.680	46.797	69.699	157,6	0,9
Máqs., Apars. e Mat. Eletrico	18.135	32.012	38.826	32.754	80,6	0,4
Fumo e Derivados	17.263	16.699	18.613	23.706	37,3	0,3
Pesca e Aquicultura	6.375	27.539	18.118	12.384	94,3	0,2
Demais Segmentos	89.177	105.834	147.962	134.669	51,0	1,8
TOTAL	3.258.771	4.062.916	5.987.744	7.387.001	126,7	100,0

Fonte: MDIC/Secex, elaboração: Promo

(*) Dados projetados

Além do efeito preço – a variação média de preços das exportações baianas teve alta de 28% nos nove primeiros meses de 2006 –, atuaram ainda a favor do desempenho das exportações, o dinamismo e maior conteúdo tecnológico das nossas vendas para o mercado latino americano, o contínuo crescimento das economias americana, chinesa e européia; a expansão de novos segmentos competitivos na pauta de exportações, como o calçadista, o de móveis, material elétrico e pneumáticos, além do aumento da capacidade de produção de empreendimentos já

consolidados como o de papel e celulose, metalúrgico e petroquímico, resultado do ambiente macro econômico favorável ao crescimento da economia e da reorganização e diversificação produtiva baiana.

Com uma receita projetada de US\$ 7,4 bilhões em 2006 e uma participação crescente no PIB estadual – cerca de 15% em 2005 –, as exportações devem continuar ancorando a economia baiana, prevendo-se um crescimento médio de 20% a.a., para os próximos cinco anos, o que levaria o volume exportado a US\$ 15 bilhões em 2010.

As importações alcançaram, de janeiro até setembro de 2006, US\$ 3,3 bilhões, com um crescimento de 35,5%, sobre o mesmo período do ano anterior. As importações continuam crescentes, graças ao dólar barato, ao crescimento da atividade industrial interna, e ao aumento das compras de bens de consumo. O maior incremento nas importações é de bens de consumo duráveis com variação de 83,5% e participação já de 10,4% do volume total de compras. O setor de bens intermediários lidera o volume importado com US\$ 1,6 bilhão e crescimento de 67,8%. O setor de bens de capital, que sinaliza mais investimentos e modernização na economia, cresceu 32,2% no ano, atingindo aproximadamente US\$ 567 milhões de acordo com a Tabela 3.

Segundo previsões da Promo, as importações devem fechar o ano de 2006 com US\$ 4,4 bilhões, conforme Tabela 4, superando em 33% o volume de 2005. O câmbio valorizado é o grande responsável por esse movimento, fazendo com que as compras externas cresçam, inclusive, acima da produção industrial.

A corrente de comércio do Estado – exportações somadas às importações – alcançou US\$ 8,3 bilhões até setembro, como demonstra a Tabela 5 com um crescimento de 24,3% sobre o mesmo período de 2005, enquanto que o saldo comercial atingiu US\$ 1,6 bilhão, o que já representa uma redução de 6,9% sobre 2005, tendência que deve se manter, dado o ritmo maior esperado para o crescimento das importações.

TABELA 3

**IMPORTAÇÕES BAIANAS POR CATEGORIAS DE USO
BAHIA, JAN/SET - 2005/2006**

DISCRIMINAÇÃO	US\$ 1.000,00 FOB		VARIAÇÃO % 2006/2005	PARTICIPAÇÃO % 2006
	2005	2006		
Bens Intermediários	937.879	1.573.780	67,8	47,0
Combustíveis e Lubrificantes	890.333	831.587	-6,6	24,9
Bens de Capital	428.544	566.718	32,2	16,9
Bens de Consumo Duráveis	190.262	349.206	83,5	10,4
Bens de Consumo não Duráveis	24.236	26.375	8,8	0,8
TOTAL	2.471.254	3.347.666	35,5	100,0

Fonte: MDIC/Secex, dados coletados em 16/10/2006 - Elaboração: Promo
Obs.: Importações efetivas, dados preliminares.

TABELA 4

**IMPORTAÇÕES BAIANAS POR CATEGORIAS DE USO
BAHIA, 2003-2006**

DISCRIMINAÇÃO	US\$ 1.000,00 FOB				VARIAÇÃO % 2006/2003
	2003	2004	2005	2006(*)	
Bens Intermediários	1.299.686	1.306.091	1.244.958	2.050.000	57,7
Combustíveis e Lubrificantes	101.052	789.753	1.078.871	970.000	859,9
Bens de Capital	320.922	655.750	756.010	1.015.000	216,3
Bens de Consumo Duráveis	208.340	245.847	202.979	337.000	61,8
Bens de Consumo Não Duráveis	15.000	23.688	27.981	28.000	86,7
TOTAL	1.945.000	3.021.129	3.310.799	4.400.000	126,2

Fonte: MDIC/Secex, elaboração: Promo

(*) Dados projetados

TABELA 5

BALANÇA COMERCIAL – BAHIA
BAHIA, JAN/SET - 2005/2006

DISCRIMINAÇÃO	US\$ 1.000,00 FOB		VARIAÇÃO % 2006/2005
	2005	2006	
Exportações	4.247.083	5.000.894	17,7
Importações	2.471.254	3.347.666	35,5
Saldos	1.775.829	1.653.228	-6,9
Corrente de Comércio	6.718.337	8.348.560	24,3

Fonte: MDIC/Secex, dados coletados em 16/10/2006 - Elaboração: Promo

Obs: Importações efetivas, dados preliminares

A liderança das exportações até setembro coube ao setor químico/petroquímico com vendas de US\$ 1 bilhão e incremento de 15,5% frente ao mesmo período de 2005. Junto com o setor de petróleo e seus derivados, esses produtos foram beneficiados pela alta do petróleo, que também atingiram as resinas termoplásticas.

O negócio do cobre foi o principal responsável pelo bom desempenho do setor metalúrgico até setembro, com vendas de US\$ 553,5 milhões. A cotação do produto chegou a superar no ano os US\$ 8 mil a tonelada, impulsionado pelo aumento das tensões geopolíticas, receios com escassez no fornecimento e forte demanda, principalmente da China. As exportações do setor metalúrgico no ano cresceram 82,7% alcançando US\$ 755,6 milhões. Já as exportações de minerais, de janeiro a setembro de 2006, chegaram a US\$ 179,3 milhões, 63,4% acima do mesmo período de 2005, foram lideradas pelo ouro (39% das receitas), platina (19%) resíduos de metais preciosos (18%).

O setor automotivo respondeu até setembro por 13,1% das vendas externas do Estado, contra cerca de 14,6% no final de 2005. Alcançou receitas de US\$ 654,9 milhões, re-

gistrando crescimento de apenas 3,3% nas vendas. Esse resultado pode ser creditado à desvantagem cambial, uma vez que as exportações respondem por boa parcela das vendas.

Por outro lado, as exportações de papel e celulose cresceram 97,6% até setembro – US\$ 518 milhões –, resultado do aumento no volume exportado, da melhora de preços e ao aumento de produção decorrente da entrada em operação da Veracel no final do ano passado.

No agronegócio, as exportações no ano confirmam uma redução no dinamismo do setor. As margens estão baixas, fruto do câmbio valorizado e dos baixos preços. A estiagem que atingiu o oeste do Estado na safra 2005/2006 causou impacto na produção de grãos, especialmente soja e algodão. Soja, cacau e frutas tiveram redução nas exportações até setembro. As exceções são o sisal, que vem recebendo apoio do Promo através da Agência de Promoção de Exportações e Investimentos - Apex na promoção do produto e exibe crescimento de 35,7% até setembro e o fumo com cotação alta, elevou as vendas em 77,2%. Algodão e café, embora com receitas superiores a 2005, vem tendo desempenho abaixo do esperado.

Agnaldo Novais



Segmento de papel e celulose registra bom desempenho nas vendas externas

Merecem destaque as vendas de pneus que somaram US\$ 46 milhões, 37% acima do mesmo período de 2005, máquinas e aparelhos elétricos com US\$ 39,3 milhões (incremento de 49,3%) e móveis que exportou no

período 6,4% a mais que igual período de 2005, o equivalente a US\$ 52,1 milhões.

A Tabela 6 apresenta por segmento o volume de exportações baianas para os anos 2005 e 2006, período de janeiro a setembro.

TABELA 6

**EXPORTAÇÕES BAIANAS
BAHIA, JAN/SET- 2005/2006**

SEGMENTOS	US\$ 1.000,00 FOB		VARIAÇÃO % 2006/2005	PARTICIPAÇÃO 2006
	2005	2006		
Químicos e Petroquímicos	887.486	1.024.795	15,5	20,5
Petróleo e Derivados	947.429	899.002	-5,1	18,0
Metalúrgicos	413.669	755.604	82,7	15,1
Automotivo	634.890	654.922	3,3	13,1
Papel e Celulose	262.460	517.975	97,6	10,4
Soja e Derivados	270.188	194.955	-27,8	3,9
Minerais	109.686	179.264	63,4	3,6
Cacau e Derivados	172.404	164.415	-4,6	3,3
Café e Especiarias	66.622	68.783	3,2	1,4
Couros e Peles	53.446	63.186	18,2	1,3
Sisal e Derivados	42.692	57.947	35,7	1,2
Algodão e Seus Subprodutos	43.644	57.461	31,7	1,1
Móveis e Semelhantes	48.980	52.116	6,4	1,0
Calçados e Suas Partes	44.034	47.353	7,5	0,9
Borracha e Suas Obras	33.445	45.831	37,0	0,9
Frutas e Suas Preparações	47.979	43.868	-8,6	0,9
Máqs., Apars. E Mat. Elétricos	26.342	39.323	49,3	0,8
Fumo e Derivados	9.462	16.765	77,2	0,3
Pesca e Aqüicultura	14.742	10.000	-32,2	0,2
Demais Segmentos	117.483	107.329	-8,6	2,1
TOTAL	4.247.083	5.000.894	17,8	100,0

Fonte: MDIC/Secex, dados coletados em 11/08/2006

Elaboração: Promo

Quanto às importações, a tendência é de aumento maior do que das exportações, o que já vem ocorrendo há alguns meses. Era esperado que esse movimento se intensificasse em função do crescimento da produção industrial, da elevação das compras de bens de consumo próprias do período, do aumento dos preços do petróleo e do câmbio favorável.

O Chile, por conta das importações de minério de cobre pela Caraíba Metais, é o principal fornecedor do Estado com um crescimento de 138,4% nas vendas para a Bahia, seguida pela Argentina, EUA, Argélia, México e China. Esse último, vem crescendo como fornecedor de peças e aparelhos para a indústria eletroeletrônica, principalmente as exportadoras.

Os EUA foram o maior destino dos nossos produtos. A Bahia exportou US\$ 939,2 milhões até setembro, o que representa um crescimento de 30,2% em relação ao mesmo período de 2005. A Argentina vem em segundo lugar com compras de US\$ 589,6 milhões, seguido pelo México com US\$ 418,2 milhões.

Internacionalização de Empresas

Nos últimos anos a Secretaria da Indústria, Comércio e Mineração - SICM vem desenvolvendo ações voltadas para incrementar a internacionalização, principalmente de pequenas e médias empresas. Nesse sentido vem apoiando projetos que possam agregar valor a seus produtos, tornando-os exportáveis e, ao mesmo tempo, buscando apresentá-los como novas oportunidades de investimentos para empresas transnacionais. Diversos recursos são uti-

lizados, como a recepção e a participação em missões comerciais, promoção de eventos, feiras, rodadas de negócios e vários outros instrumentos como publicações de catálogos, CDs, folderes, como forma de captar o interesse externo pelos produtos “made in Bahia”.

Comerciais Exportadoras - O projeto de comerciais exportadoras teve início com o mapeamento dos setores de fruticultura, rochas ornamentais, confecções, cachaça e outros produtos, com potencial para desenvolvimento de estrutura de internacionalização como pescado (tilápia), fécula (mandioca), selecionados por apresentarem melhores condições de inserção no mercado externo. Esse mapeamento foi um resultado de reuniões com representantes dos sindicatos e associações dos setores selecionados, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - Sebrae, SICM, Agência de Fomento do Estado da Bahia - Desenbahia, Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social - BNDES, Banco do Brasil e Banco do Nordeste do Brasil S/A - BNB, buscando identificar melhores formas de apoiar o desenvolvimento do projeto.

Após conclusão da fase de mapeamento, foram realizadas apresentações do projeto as *trading companies*, inclusive em São Paulo, contudo nenhuma *trading* daquele estado demonstrou interesse. A principal empresa interessada na comercialização dos produtos foi a AJS Comercial Exportadora, que se prontificou a prospectar negócios para os produtos do setor de pescado e fécula de mandioca. Nesse sentido, ocorreu uma reunião entre a Comercial Exportadora e o Instituto de Desenvolvimento Sustentável do Baixo Sul da Bahia - Ides, coordenador do Programa de Desenvolvimen-

to Integrado e Sustentável - DIS Baixo SUL que é mantido pela Fundação Odebrecht para envidar esforços para a internacionalização dos produtos daquela região.

As negociações entre o Ides e a AJS prosseguem, enquanto o Promo continua a desenvolver trabalho de prospecção, no intuito de tentar identificar novas empresas comerciais exportadoras que tenham interesse na participação do citado projeto.

Mármore Bege-Bahia – Este projeto consiste na atração de uma indústria de resinagem e polimento do mármore Bege-Bahia para o município de Ourolândia com tecnologia italiana. O mesmo encontra-se em fase de execução através do planejamento da constituição da pessoa jurídica que fará a incorporação de tal indústria. Após o registro da citada empresa será agendada com os representantes do Instituto Internacional do Mármore - Isim um encontro em Salvador para assinatura do contrato societário e ratificação do cronograma de trabalho até o início das operações da Unidade de Resinagem a qual terá sede no município de Ourolândia, na Região Centro-Norte do Estado, próximo a Jacobina.

Essa indústria será formada por meio de uma *joint venture* entre empresários locais integrantes do Consórcio de Marmoristas de Lauro de Freitas (formado por 8 marmorarias), e o Isim, com participação do Instituto de Comércio Exterior da Itália - ITC. O Isim irá fornecer a transferência de tecnologia Italiana, entendendo-se como tal, o aporte para incorporação, pelo empreendimento, de máquinas e equipamentos além da transferência de tecnologia para operacionalizar a indústria. O objetivo é atingir competitividade para os produtos e a ampliação do respectivo mercado internacional.

Além disso, foi apresentado um projeto para a Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado da Bahia - Fapesb em 2003, que originou o Arranjo Produtivo Local - APL de Rochas Ornamentais. Este projeto atendeu a dez empresas de extração e beneficiamento do mármore Bege-Bahia da região de Jacobina/Ourolândia. O APL foi aprovado em 2006, com previsão para início do programa de capacitação em janeiro de 2007. Desde o seu início, já foram realizados estudos de modelamento de jazidas, caracterização tecnológicas, e sondagem geofísicas, numa parceria entre a SICM através da Companhia Baiana de Pesquisa Mineral - CBPM e a Coordenação de Mineração - Comin, o Instituto de Pesquisa Tecnológica de São Paulo - IPT e a Universidade Federal da Bahia - Ufba, permitindo um maior conhecimento geológico na área do Mármore Bege-Bahia, facilitando os empresários na exploração de suas lavras.

Parceria com o Business and Innovation Center – BIC Itália

Center – BIC Itália - Em cumprimento às ações previstas no Acordo de Cooperação assinado em 30 de setembro de 2004, entre o Promo, a Secretaria de Ciência, Tecnologia e Inovação - SECTI, a Azienda Speciale della CCIAA de Firenze - Promofirenze e a Associazione Nazionale Italiana dei Business and Innovation Center - BIC Itália Net, o Promo acompanhou junto à Promofirenze a criação de uma base de dados que contém informações das principais empresas baianas e italianas com interesse no desenvolvimento de processos de internacionalização. Os parceiros italianos migraram a base de dados para o ambiente da Internet (<http://www.bic-italia.net/matching/>), assim como providenciaram informações relevantes

sobre as empresas e a economia daquele país. O Promo fez a divulgação da base de dados entre os empresários baianos. Atualmente encontram-se cadastradas 26 empresas da Itália e seis empresas da Bahia.

Projeto Setorial Integrado do Sisal – PSI – A cultura sisaleira apresenta-se como uma das melhores alternativas de desenvolvimento para o semi-árido baiano, uma das regiões mais secas e mais pobres do Nordeste brasileiro. Dela, dependem as comunidades rurais e agricultoras, limitadas pelas condições climáticas que dificultam outras alternativas de exploração econômica. A produção de Sisal na Bahia tem tido uma alta competitividade no mercado internacional, reforçado pela tendência de aumento da demanda por produtos naturais, ecologicamente aceitáveis e que provocam menor impacto ambiental, o que vem crescendo a cada ano provocando um incremento no setor sisaleiro. Mais de 40% do Sisal comercializado mundialmente sai do Brasil e a Bahia é o principal produtor de sisal do país, contribuindo com cerca de 94% da oferta nacional.

O Projeto Setorial Integrado de Internacionalização do Sisal foi elaborado pelo Promo e pelo Sindicato das Indústrias de Fibras Vegetais do Estado da Bahia – Sindifibras. Foi aprovado em 2005 pela Apex, com aporte financeiro no valor de R\$ 1,5 milhão destinado a ações de prospecção de mercados e promoção comercial. Dessa forma, o Promo vem apoizando uma série de iniciativas conjuntas, realizadas para o desenvolvimento do setor, como seminários, encontros e reuniões do grupo intergovernamental de fibras duras, bem como participação em missões comerciais aos EUA.

Várias ações foram desenvolvidas, destacando-se as seguintes:

- Participação na Feira Farm Progress Hay Expo, em Iowa/EUA – junho/06, com a presença de quatro empresas baianas que fecharam negócios da ordem de US\$ 300 mil, com previsão de vendas de mais de US\$ 1 milhão até o final do ano;
- Participação na Feira Southern Plains Farm Show – Oklahoma/EUA – abril/06, que contou com a presença de 17 empresas baianas, onde foram fechados negócios da ordem de US\$ 240 mil;
- Pesquisa de mercado nos Estados Unidos para identificar todos os importadores de sisal ou qualquer outro produto nos Estados Unidos, perfil das empresas importadoras e o comportamento da cadeia de comercialização do sisal nos EUA;
- Criação de marca de origem e qualidade: Brazilian Sisal;
- Desenvolvimento da imagem através de peças publicitárias como o informativo “Sisal News”, de publicação trimestral;
- Elaboração de material promocional: *folder* informativo em inglês, CD informativo apresentando o livro “O Sisal do Brasil” e confecção do livro publicado em agosto de 2006, DVD do Sisal e *banners* dos produtos e criação do website: www.braziliansisal.com;
- Anúncio em revista internacional com o intuito de informar sobre as vantagens da utilização de um produto ecologicamente correto.

Como resultados alcançados as exportações no semestre foram de US\$ 45,8 milhões contra US\$ 34 milhões do mesmo período de 2005, representando um aumento de 41%. Foram gerados 3.000 empregos de julho de 2005 até setembro de 2006 e foram criadas quatro novas empresas exportadoras (Fibrasil, Corda Forte, Sisal Contorno e Sisaleira Gonçalves).

Capacitação

Happy Business – Programa realizado e promovido com grande êxito pelo Promo desde 2001, consiste em uma série de palestras sobre temas ligados ao comércio exterior. Foram realizadas, em 2006, três edições do programa com os seguintes temas: Financiamento à Exportação das Pequenas e Médias Empresas, apresentada por representante do BNDES, com 58 participantes; Pagamentos e Garantias Internacionais, com 55 inscritos, e Novas Técnicas e Certificação para Exportação, apresentada pelo Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial - Inmetro, com 62 participantes.

Oficinas de Comércio Exterior – Objetiva proporcionar aos pequenos e médios empresários baianos o conhecimento dos trâmites operacionais do comércio exterior, através do acompanhamento dos processos de exportação. Os participantes têm a oportunidade de conhecer as etapas e procedimentos de uma operação de exportação, apresentados pelos principais agentes envolvidos. A 1ª turma do Módulo I das Oficinas foi realizada em abril/06 com 20 participantes. A 1ª turma do Módulo II – Avançado realizou-se em agosto/06 com 13 inscritos. Este ano foi realizado também a 1ª turma de Oficinas Itinerantes, começando

no município de Juazeiro, em junho de 2006, com 21 participantes. Em setembro ocorreu a 2ª turma em Vitória da Conquista, com 35 alunos e está prevista uma nova turma em novembro em Salvador.

O Programa, criado em 2004, recebeu o prêmio de “Best Practice for Rendereing Services to Companies” na Reunião da Rede International de Organizações de Promoção Comercial. O prêmio, concedido à melhor prática de serviços para a internacionalização de empresas, foi outorgado pelo Consórcio de Promoção Commercial da Catalunha na Espanha.

Seminários - “Como Exportar para o Mercado Americano”, apresentado por dois palestrantes vindos dos Estados Unidos, contou com a participação de 113 pessoas, em sua maioria de empresários interessados em efetuar negócios com aquele país e “Programa Italiano de Desenvolvimento: construindo uma conexão com a América Latina e o Caribe”, em parceria com a Promofirenze, a Unioncamere Toscana e Emilia Romagna, Corporação Interamericana para Investimentos e a Federação das Indústrias do Estado da Bahia – Fieb. O programa que contou com a participação de 62 pessoas prevê a construção de uma “ponte” entre duas realidades: a das pequenas e micro empresas da Região Toscana e Emilia Romagna, na Itália, com as Pequenas e Médias Empresas da América Latina e Caribe, promovendo oportunidades de cooperação econômica.

Cursos - O Banco do Brasil contratou o Promo para conceber e realizar o “Curso de Capacitação em Negócios Internacionais” para atualização profissional de 32 funcionários do banco.

COMÉRCIO INTERNO E SERVIÇOS

Desempenho

A SICM vem atuando junto aos setores de comércio e serviços do Estado com o objetivo de dar prosseguimento às ações de fomento, contribuindo assim para seu desenvolvimento. Segundo dados da Pesquisa Mensal de Comércio - PMC, realizada em âmbito nacional pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE e divulgada pela Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais da Bahia - SEI, nos primeiros sete meses de 2006 o comércio baiano acumulou um incremento de 9%, em comparação com o mesmo período de 2005. Tal resultado situou-se acima do observado em igual período de 2005, quando o setor registrou expansão de 7,4%. As sucessivas variações positivas levaram o varejo baiano a acumular nos últimos 12 meses crescimento de 8%.

Diversos fatores vêm contribuindo para impulsionar os negócios do setor. Um deles é a queda do desemprego e a melhoria do poder aquisitivo de uma camada significativa da população. Segundo o Atlas do Mercado Brasileiro, publicado pela Gazeta Mercantil em 2006, o Índice de Potencial de Compra - IPC mostra que em 2005, que a renda familiar teve o reforço de R\$ 90 bilhões em relação a 2004, chegando a R\$ 1,1 trilhão, ficando evidente um aumento, apesar de discreto, no poder de compra de toda a população brasileira.

Em julho de 2006, os dados da PMC revelaram expansão de 7,7% no volume de vendas do comércio varejista do Estado da Bahia em relação a igual mês de 2005 e, no comparati-

vo com junho, crescimento de 3,9%. Este aumento nas vendas do comércio baiano deu-se, também, a datas importantes como a Semana Santa, Páscoa, Copa do Mundo e o já mencionado aumento da renda da população, inclusive por conta do aumento do salário mínimo.

Além disso, numa tentativa de renovar os estoques e ampliar o capital de giro das empresas, os lojistas vêm apostando nas promoções, e uma das mais importantes nesse sentido foi a realização da edição 2006 da Campanha Líquida Salvador.

Considerada a segunda melhor data de vendas do comércio metropolitano, a campanha é realizada em parceria com a Câmara de Dirigentes Lojistas - CDL de Salvador e o Governo do Estado, através da SICM que participou com apoio técnico e financeiro. Em sua oitava edição, a campanha aconteceu entre 30 de março e 09 de abril com a participação de 4.500 empresários do comércio varejista e serviços de Salvador e Região Metropolitana. Segundo a CDL, houve crescimento médio de 35% nas vendas das empresas participantes do projeto, com volume total de vendas superior a R\$ 120 milhões no período. Houve ainda crescimento na ordem de 11% na arrecadação de Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviço - ICMS do Estado nas empresas participantes em relação ao ano anterior.

Ações de Incentivo ao Comércio e Serviços

Com o objetivo de revitalizar o comércio da Calçada, a SICM vem atuando como mediadora, sediando encontros entre empresários varejistas

do comércio do Bairro da Calçada, em Salvador – representados pela Associação dos Empresários da Calçada – AEC –, Fornecedores de Produtos Industriais, setorial FPI, e indústrias compradoras situadas principalmente no pólo industrial de Camaçari, com vistas a promover e/ou incentivar relações comerciais entre as partes.

Desde dezembro de 2005, foram realizados diversos encontros, reuniões mensais e apresentações em empresas compradoras e institucionais, entre elas o Fórum de Suprimentos da Fieb. Estão mobilizadas nestas ações 16 empresas compradoras e 32 empresas comerciais do bairro da Calçada.

Como resultado desses eventos, encontram-se em fase de elaboração, algumas ações pactuadas entre comerciantes e compradores, dentre elas: a confecção de um endereço eletrônico dos comerciantes do bairro, contendo lista de produtos, telefones de emergência e outras informações úteis e, por parte dos compradores, uma listagem contendo itens mais comprados em situações excepcionais e emergenciais – como paradas de fábrica programadas –, com disponibilização antecipada de calendário.

O conhecimento e a interlocução entre os agentes vêm crescendo paulatinamente, resultando na geração de novos negócios realizados localmente. Com isto, a SICM pretende estimular o comércio entre fábricas instaladas na Bahia e comerciantes locais, de forma a reduzir as compras realizadas em outros estados do Brasil, principalmente aqueles da região Sudeste.

Serviço de Registro do Comércio

A Junta Comercial do Estado da Bahia - Juceb no ano de 2006, participou ativamente do acompanhamento do Projeto Nacional de Simplificação e Racionalização do Registro e Legalização de Empresas e Negócios, para futura adaptação do órgão, às respectivas normativas, cujo Projeto de Lei encontra-se em tramitação no Congresso Nacional, aguardando a sua aprovação.

O referido projeto estabelece diretrizes e procedimentos para a simplificação e integração do processo de registro e legalização de empresários e de pessoas jurídicas e cria a Rede Nacional para a Simplificação do Registro e da Legalização de Empresas e Negócios - Redesim. Está previsto também a integração do trabalho dos órgãos envolvidos no registro e legalização de empresas. A meta é reduzir o prazo de abertura de empresas para menos de 15 dias.

A Redesim deverá integrar todos os processos dos órgãos e entidades responsáveis pelo registro, inscrição, alterações e baixa das empresas, por meio dos seus sistemas informatizados próprios. Objetiva criar uma única entrada de dados e de documentos (através das Juntas Comerciais, para as empresas mercantis) e reduzir a documentação exigida ao mínimo essencial. Para tanto, serão eliminadas as exigências de diversos documentos, certidões, regularidade tributária e outras efetuadas pelos diversos órgãos e entidades envolvidos no registro e legalização de empresas.

Além disso, será criada a Consulta Prévia de Endereço e de possibilidade de exercício da atividade desejada no local escolhido, assim como o Alvará Provisório para as atividades que não são de alto risco. As vistorias prévias referentes às atividades não consideradas como de

alto risco serão transferidas para após a abertura da empresa. Também será institucionalizada e disseminada a Central de Atendimento Empresarial – Fácil, bem como a criação de um sistema informatizado para orientação dos empreendedores, incluindo as consultas prévias e acompanhamento de processos.

O projeto “Requerimento de Empresário – Eletrônico”, criado pelo Departamento Nacional de Registro do Comércio – DNRC, em parceria com a Juceb, foi implantado no órgão e visa simplificar e facilitar a elaboração dos atos de inscrição, alteração e extinção de empresário, reduzir os erros de preenchimento do formulário e aumentar a qualidade do cadastro da Juceb. Com isso espera-se reduzir custos com a eliminação da digitação do Requerimento, bem como obter outros dados disponíveis no Sistema Integrado de Automação de Registro do Comércio - Siarco de apoio ao registro de exigências decorrentes de análise de processos.

Paralelamente, na Junta Comercial do Estado do Paraná está sendo testado o Portal de Registro e Legalização de Empresas, que foi especificado por um grupo de trabalho no qual faz parte a Juceb e outras Juntas Comerciais, assim como o

sistema de livro mercantil digital, com vistas à sua implantação na Estado da Bahia.

No campo da prestação de seus serviços a Juceb vem ampliando serviços via Internet, disponibilizando aos órgãos judiciais e policiais a imagem dos atos registrados graças à digitalização do seu acervo documental, agilizando e racionalizando dessa forma a instrução dos processos daquelas entidades.

Sempre atenta à inovação de serviços e à satisfação de seus usuários, antecipando-se ao próprio Redesim, a Juceb liberou o custo das certidões de busca de nome, objetivando simplificar a abertura de novas empresas.

No ano de 2006, foi registrado um total de 193.342 documentos protocolados, sendo 29.850 de novas empresas, 32.605 alterações, 5.077 extinções, além de enquadramento de microempresas e empresas de pequeno porte, abertura e alterações de filiais e outros atos.

A tabela 7 apresenta o resultado comparativo do quantitativo de empresas constituídas no Estado da Bahia, por tipo jurídico, no período 2003-2006, observando-se um incremento de 7,7% no número de constituições de Sociedade Empresária (antiga firma individual) e 6,4% no de Sociedade Ltda.

TABELA 7
**COMPARATIVO DE CONSTITUIÇÕES DE EMPRESAS POR TIPO JURÍDICO
BAHIA, 2003-2006**

TIPOS JURÍDICOS	EMPRESAS CONSTITUÍDAS				VARIAÇÃO % 2006/2003
	2003	2004	2005	2006	
Empresário	14.987	15.860	17.823	16.137	7,7
Sociedade Ltda.	12.516	12.718	14.081	13.313	6,4
Sociedade Anônima	237	232	310	234	-1,3
Cooperativa	110	98	120	125	13,6
Outras Sociedades	37	54	35	41	10,8
TOTAL	27.887	28.962	32.369	29.850	7,0

Fonte: SICM/Juceb

TABELA 8
**COMPARATIVO DE CONSTITUIÇÕES DE EMPRESAS POR TIPO JURÍDICO
BAHIA, 2005-2006**

TIPOS JURÍDICOS	EMPRESAS CONSTITUÍDAS		VARIAÇÃO % 2006/2005
	2005	2006	
Empresário	17.823	16.137	-9,5
Sociedade Ltda.	14.081	13.313	-5,5
Sociedade Anônima	310	234	-24,5
Cooperativa	120	125	4,2
Outras Sociedades	35	41	17,1
TOTAL	32.369	29.850	-7,8

Fonte: SICM/Juceb

Entretanto, em 2006, conforme demonstrado na tabela 8, nota-se uma queda em relação a 2005 na análise das empresas constituídas, o que pode ser atribuída ao momento econômico vivido no país com arrefecimento da produção e baixo índice de crescimento, bastante impactante na área comercial.

A tabela 9, por sua vez, reflete o crescimento

de empresas por setor de atividade econômica, no período 2003-2006. Na comparação observa-se que houve um acréscimo em vários setores, entre eles extração vegetal (36,4%), construção civil (14,7%) e comércio varejista (3,4%). Houve bom crescimento também em comunicação (117,5%) e em empresas prestadoras de serviços (22,9%) no Estado da Bahia.

TABELA 9
**CONSTITUIÇÃO DE EMPRESAS POR SETOR DE ATIVIDADE
BAHIA, 2003-2006**

ATIVIDADES	EMPRESAS CONSTITUÍDAS				VARIAÇÃO % 2006/2003
	2003	2004	2005	2006	
Agropecuária	143	104	145	86	-39,9
Extração Vegetal	22	15	22	30	36,4
Pesca e Aquicultura	22	20	17	10	-54,5
Industria Extrativa	128	100	117	133	3,9
Ind. de Transformação	1.634	1.593	1.768	1.538	-5,9
Construção Civil	598	613	945	686	14,7
Comércio Varejista	14.218	14.436	15.596	14.699	3,4
Comércio Atacadista	1.422	1.391	1.310	822	-42,2
Intermediações Financeiras	307	321	244	320	4,2
Transportes	713	688	855	701	-1,7
Comunicação	80	120	114	174	117,5
Prestação de Serviços	7.687	8.409	9.812	9.451	22,9
Ensino	360	490	563	545	51,4
Outras Atividades	553	662	861	655	18,4
TOTAL	27.887	28.962	32.369	29.850	7,0

Fonte: SICM/Juceb

TABELA 10

CONSTITUIÇÕES DE EMPRESAS POR SETOR DE ATIVIDADE
BAHIA, 2005-2006

SETOR DE ATIVIDADE	EMPRESAS CONSTITUÍDAS		VARIAÇÃO % 2006/2005
	2005	2006	
Agropecuária	145	86	-40,7
Extração Vegetal	22	30	36,4
Pesca e Agricultura	17	10	-41,2
Indústria Extrativa	117	133	13,7
Ind. de Transformação	1.768	1.538	-13,0
Construção Civil	945	686	-27,4
Comércio Varejista	15.596	14.699	-5,8
Comércio Atacadista	1.310	822	-37,3
Intermediações Financeiras	244	320	31,1
Transportes	855	701	-18,0
Comunicação	114	174	52,6
Prestação de Serviços	9.812	9.451	-3,7
Ensino	563	545	-3,2
Outras Atividades	861	655	-23,9
TOTAL	32.369	29.850	-7,8

Fonte: SICM/Juceb

Já em 2006, o setor do comércio varejista liderou dentre todas as atividades econômicas com um total de 14.699 novas empresas, seguido pela prestação de serviços com 9.451 registros, enquanto a indústria de transformação obteve uma participação de 1.538 empreendimentos. Vale registrar ainda a expressividade do setor do comércio atacadista, com 822 registros, transportes com 701, e construção civil com 686 novas empresas.

Em 2006, conforme tabela II, na classificação das empresas constituídas por região econômica, a região metropolitana de Sal-

vador lidera com 11.526 empresas (38,6% do total); seguida em segundo lugar pela região do Paraguaçu com 2.779 empresas (9,3%), em terceiro o Litoral Sul com 2.681, (9%), em quarto pelo do Sudoeste com 2.153, (7,2%), e em quinto o Extremo Sul com 2.092, (7%).

Vale ressaltar que apesar do eixo metropolitano ainda receber o maior número de empresas, há uma boa desconcentração locacional, uma vez que em 15 regiões foram criadas novas empresas em número igual ou superior a 227.

TABELA II

**CONSTITUIÇÕES DE EMPRESAS FILIAIS POR REGIÃO ECONÔMICA
BAHIA, 2006**

REGIÕES ECONÔMICAS	QUANTIDADE	PARTICIPAÇÃO %
Metropolitana de Salvador	11.526	38,6
Litoral Norte	1.068	3,6
Recôncavo Sul	1.051	3,5
Litoral Sul	2.681	9,0
Extremo Sul	2.092	7,0
Nordeste	1.388	4,6
Paraguaçu	2.779	9,3
Sudoeste	2.153	7,2
Baixo-Médio S.Francisco	758	2,5
Piemonte da Diamantina	943	3,2
Irecê	439	1,5
Chapada Diamantina	528	1,8
Serra Geral	860	2,9
Médio São Francisco	401	1,3
Oeste	1.221	4,1
TOTAL	29.888	100,0

Fonte: SICM/Juceb

Promoção Comercial

O comércio eletrônico, também conhecido por e-commerce é o conjunto de atividades comerciais que acontecem *on-line*, ou seja, ação de comércio digital, entre pessoas e empresas, entre empresas ou entre empresas e o governo.

Entre tantos recursos eletrônicos, nenhum possibilitou uma transformação tão radical quanto o e-commerce, tendo a internet como um novo e promissor canal de venda de produtos e serviços.

O e-commerce é uma realidade no Brasil e no mundo e a grande questão que está sendo colocada é o quanto este meio de comércio vai retirar de fatia das vendas realizadas através

dos canais tradicionais como lojas físicas, equipes de vendas, mala-direta, telemarketing e outros. O comércio eletrônico é um canal adaptado aos recursos tecnológicos disponíveis e às necessidades atuais de nossa sociedade, no que se refere à agilidade, comodidade e flexibilidade, e cresce justamente por isso.

O número de empresas que praticam comércio eletrônico no Brasil subiu 37% em relação ao ano passado, de acordo com levantamento da Câmara Brasileira de Comércio Eletrônico. Segundo a pesquisa, o volume de vendas deve dobrar e ficar entre US\$ 11 bilhões e US\$ 13 bilhões este ano, considerando tanto o atacado quanto o varejo eletrônico. Apesar de ser mais popular entre as pessoas, o varejo *online* representa uma pequena parte do total do

comércio eletrônico e deve girar entre US\$ 800 milhões e US\$ 900 milhões este ano. As empresas cada vez mais têm usado a Internet para aquisição de insumos. Em 2001, apenas 19% dos empresários ouvidos pela pesquisa usavam a *Web* para pesquisar preços. Este ano, o índice chegou a 40%.

O negócio entre empresas *business to business* - B2B, que representa a soma dos volumes de transações entre empresas e nos mercados eletrônicos independentes (*e-marketplaces*), atingiu, em 2005, R\$ 267,6 bilhões, valor 37% maior do que o movimentado no ano passado. Considerando que no mesmo ano o *B2B Companies* praticado via portais proprietários de empresas transacionando com sua cadeia de valor (fornecedores, distribuidores, revendedores, clientes, parceiros, etc.), alcançou R\$ 212,3 bilhões. Com relação aos *e-marketplaces* independentes a B2B atingiu R\$ 55,3 bilhões, no mesmo período.

A Bahia promove a internacionalização dos produtos baianos através do Portal BahiaExport (www.bahiaexport.com.br), que está inserido no

contexto de comércio eletrônico e realiza atividades focadas no atendimento às empresas exportadoras e importadoras, bem como atualiza o conteúdo do Portal tomando como base o relatório de exportação do Promo e de outras fontes relacionadas ao comércio exterior.

O Portal BahiaExport apresentou em 2006, no período janeiro a setembro, um total de 44.392 visitas, equivalente a uma média de 288 acessos/dia, tendo 347.916 páginas acessadas. No banco de dados possui 18.576 empresas cadastradas entre importadores e exportadores.

Com o trabalho de divulgação feito através de *newsletter* e de apresentações do *site* nas Oficinas de Comércio Exterior (realizadas pelo Promo), o número de empresas exportadoras com vitrine virtual é 242, e um total de 138 negociações *on-line*. Através do portal foram feitos 746 atendimentos por e-mail e pelo atendimento *on-line*.

A promoção comercial foi também realizada através de feiras e eventos, relacionados no Quadro 1.

QUADRO I

**PROMOÇÃO COMERCIAL – FEIRAS E EVENTOS
BAHIA, 2006**

EVENTOS E FEIRAS	LOCAL	OBJETIVOS/DESCRÍÇÃO/RESULTADOS
Simpósio de Engenharia Naval - II Senav	Salvador/BA	Evento voltado para as áreas de engenharia naval, operações portuárias e atividades offshore. Em sua segunda edição, objetiva examinar e avaliar as perspectivas e necessidades do setor. Tema principal: "Aplicação – Manutenção – Desenvolvimento"
Feira Nacional do Camarão e Pescado - Fenacam	Natal/RN	Assessorar empresas baianas produtoras de filé de tilápia, inscritas na rodada de negócios Aquinvest, criada no âmbito do programa Al-invest. Contou com três expositores baianos. Resultado: promover o comércio de filé através de vídeos e de degustações. Foram efetivadas negociações com quatro importadores
38º Feira Internacional de Calçados, Acessórios de Moda, Máquinas e Componentes - Francal	São Paulo/SP	Promover e atrair investimentos, além de favorecer as parcerias e cooperação empresarial, sobretudo no segmento coureiro-calçadista, visando consolidar e fortalecer a cadeia produtiva do segmento no Estado. Como resultado tivemos o fortalecimento do mercado interno e abertura para o mercado internacional
Feira Texfair Business Meeting (Feira Internacional da Indústria Têxtil)	Blumenau/SC	Lançamento das coleções primavera verão 06/07 reunindo as maiores indústrias têxteis e de confecção do país. Cerca de 200 expositores participaram. Duas empresas baianas receberam pedidos de amostras e catálogos das próximas coleções
20ª Feira de Equipamentos, Produtos e Serviços para Supermercados / 20º Convenção Norte Nordeste de Supermercados - Exponor 2006	Salvador/BA	Realizada pela 20ª vez no Nordeste, tendo como objetivo proporcionar novas oportunidades de negócios para as indústrias e prestadoras de serviços do Estado através da divulgação de marcas de produtos baianos, para ampliar as relações comerciais e contribuir para a inserção desses produtos no mercado nacional. Contou com a participação de 44 empresas de diversos segmentos comerciais, com volumes de negócios de R\$ 4,2 milhões
Rodada de Negócios durante o Congresso Brasileiro de Apicultura	Aracajú/SE	Coordenação de rodada pelo Promo, que envolveu encontros planejados através de agenda entre diversas empresas comerciais com interesses complementares. Participaram 21 empresas baianas
38ª Feira Internacional de Calçados, Acessórios de Moda, Mág. e Componentes-Francal	São Paulo/SP	Stande empresarial e institucional com a participação de oito empresas baianas. Durante o período da feira foram realizados negócios imediatos em torno de R\$ 170 mil, havendo também perspectivas de exportação para os mercados latino americano e europeu
I3ª Feira Frutal	Fortaleza/CE	Rodada Internacional de Negócios Alinvest III - Fruit Brasil contou com o apoio do Promo através do Programa AL-Invest/Europe Aid. Participaram dos encontros oito empresas baianas produtoras de frutas e flores tropicais
41ª Marmomacc	Verona/Itália	Participação de cinco empresas no stand da Bahia, no Pavilhão Brasil, da Associação Brasileira de Rochas Ornamentais – Abirochas. Os empresários baianos efetuaram negócios durante a feira, considerada o maior evento do setor de mármore e granito do mundo. A perspectiva é de incremento das vendas baianas de rochas ornamentais em 15% nos próximos meses

Fonte: SICM

OPORTUNIDADES E INVESTIMENTO

Missões Comerciais

Em 2006, quatro missões estiveram presentes na Bahia com o propósito de prospectar negócios internos, assim como a Bahia esteve envolvida numa missão ao exterior visando atra-

ir investimentos para o setor de rochas ornamentais. Esses movimentos demonstram o interesse do Estado, através da SICM/Promo, no desenvolvimento de negócios pautados na potencialidade de recursos naturais locais aptos a serem explorados comercialmente, bem como de abrir fronteiras para novos segmentos, conforme Quadro 2.

QUADRO 2

MISSÕES COMERCIAIS - RECEPÇÃO E VIAGENS PARA PROSPECÇÃO EXTERNA BAHIA, 2006

PAÍSES	OBJETIVO
RECEPÇÃO DE MISSÕES ESTRANGEIRAS	
Argentina	O objetivo da missão é oferecer aos empresários nordestinos um conjunto de bens e serviços que hoje importam de mercados distantes. Na solenidade foi assinado um acordo de cooperação entre o Promo/Bahia e a Fundação Export-Ar, visando ampliar as relações de intercâmbio bilateral entre os dois países
	A visita da missão resultou no 1º Encontro Empresarial da Missão Comercial da Argentina objetivando estreitar a relação comercial entre a Bahia e a Argentina, segundo maior país comprador de produtos do Estado. A delegação foi composta por representantes de 30 empresas de segmentos como metalurgia, siderurgia, alimentos, autopeças, indústria plástica, produtos químicos, gás natural, couro, calçados e acessórios, têxteis e confecções, e serviços. As atividades empresariais previstas durante o encontro envolveram a realização de seminários econômicos, seguidos por rodadas de negócios, com o intuito de construir associações sólidas entre os setores privados dos dois países. Coube ao Promo coordenar uma Rodada de Negócios entre empresários baianos e argentinos com a participação de 24 empresas argentinas e 60 empresas baianas. Foram realizados 76 encontros com a concretização de negócios: 30% das empresas fizeram negócios até US\$ 50 mil e 20% acima de US\$ 50 mil
Dinamarca	Prospectar áreas para aquisição de terreno no Litoral Norte (Costa dos Coqueiros) para construção de empreendimento residencial a ser comercializado na Dinamarca. Foram agendados encontros entre os empresários e os representantes de imobiliárias baianas e visitas a 11 propriedades, com áreas variando de sete a 84 hectares. Os empresários se interessaram por quatro propriedades
Estados Unidos e Canadá	Missão empresarial ligada ao National Minority Supplier Development Council com sete empresas dos Estados Unidos e Canadá, para conhecer as oportunidades de negócios do Estado da Bahia e prospectar oportunidades comerciais e de investimentos nos segmentos de alimentos, farmacêuticos, tecnologia, automotivos, turismo, imobiliário, cosméticos e logística. As empresas tiveram agenda de encontros com representantes institucionais e empresários baianos das áreas de interesse da delegação americana. Foi realizado um seminário no auditório da SICM, que contou com a presença de 42 empresários de diferentes segmentos, onde ocorreram encontros empresariais
Itália	Receptivo a Delegação Italiana do Grupo Coin à Bahia. A empresa Coin é uma grande rede varejista italiana que concorre diretamente com El Corte Inglés, Galeria Laffayete e outras lojas de departamento multimarcas. A delegação italiana composta de cinco diretores do Grupo Coin, foi assessorada pelo Promo que planejou uma agenda de encontros com empresas baianas de moda praia e artesanato. Foram adquiridos pelo Grupo diversas amostras de biquínis, acessórios e artefatos de decoração para análise e posterior contato com os fornecedores indicando os produtos que estariam mais adequados ao seu público, visando desenvolver uma futura parceria comercial

Continua

Conclusão | Quadro 2

PAÍSES	OBJETIVO
MISSÃO DA BAHIA AO EXTERIOR	
Espanha	Missão de empresários do setor de rochas ornamentais da Bahia em visita a região da Galícia na Espanha. A missão foi patrocinada pela Câmara de Comércio de Pontevedra, com o apoio da Câmara de Comércio de Tui e da Associação Galega de Graniteiros, objetivando estreitar as relações comerciais no setor de rochas ornamentais entre a Bahia e a Galícia, com foco principal no comércio de produtos (chapas e blocos), e atração de investimentos para aquisição de jazidas e serrarias no Estado da Bahia. Na oportunidade foi apresentada palestra sobre o setor mineral, com ênfase no segmento de rochas ornamentais, como também as oportunidades para repasse de jazidas à iniciativa privada
	A delegação baiana foi composta por dez empresas: Peval S/A., Granífera Ltda., Rocha Bahia Ltda., Pietra Santa Mineração Ltda., Pérola Bahia Mineração Ltda., Fernando Cassis Empreendimentos Ltda., além da CBPM, com o seu portfólio de áreas para privatizações
	Como resultado abriu-se a perspectiva de atração de um fabricante de equipamentos para o Estado e o interesse por parte dos empresários galegos, em produtos e jazidas da Bahia

Fonte: SICM/Promo.

SAC Empresarial

O SAC Empresarial – Sace é um posto de atendimento à pessoa jurídica de fundamental importância como porta de entrada para o recebimento das empresas que precisam de orientação durante seus processos de constituição.

Instalado em um ambiente moderno e bem infraestruturado, onde são prestados serviços de informação, consultoria e trâmites legais para a constituição de empresas, o SAC Empresarial, uma iniciativa da SICM, tem como diferencial a agilidade dos trâmites burocráticos, cujo tempo foi reduzido em média de 70 dias corridos antes da inauguração do posto, para 10 dias úteis em média após sua implementação. Desde sua implantação, em 2004, foram atendidas 160 mil empresas, legalizadas 3.212 empresas e foram feitas 232 baixas empresariais.

Em 2006 o SAC Empresarial reformou seu layout e as instalações físicas visando atender ao elevado número de atendimentos no posto, resultando em um maior conforto e satisfação para o

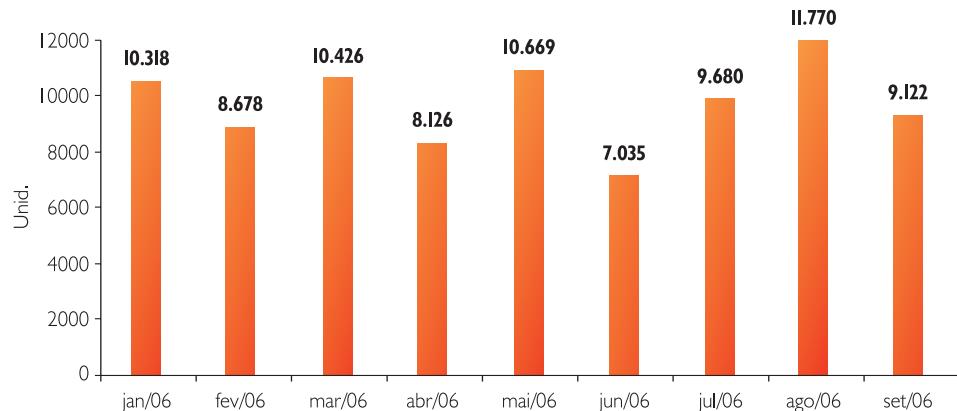
público usuário, passando também a contar com um posto da Ouvidoria Geral do Estado.

No intuito de melhorar o atendimento, foi oferecido aos funcionários do posto um treinamento visando sensibilizá-los para assuntos como a ética na vida e no trabalho, processos de comunicação, atendimento ao público e trabalho em equipe.

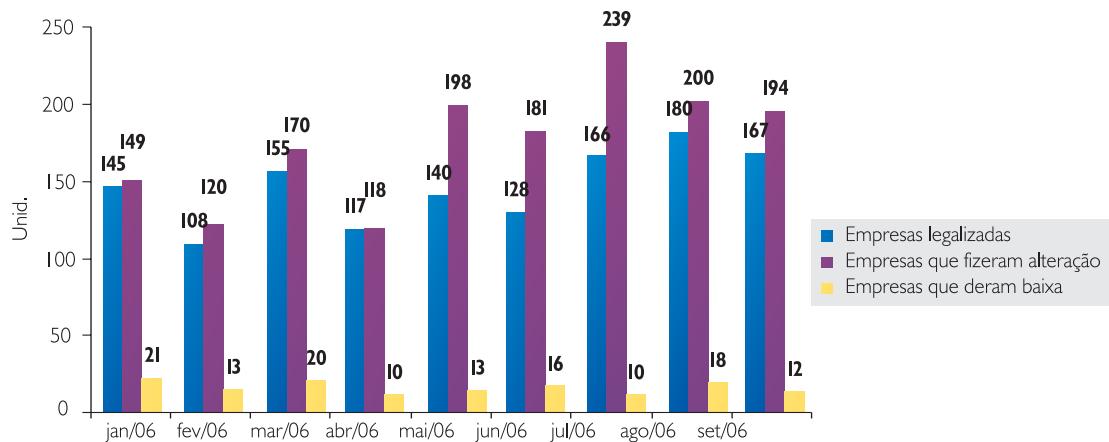
As pesquisas realizadas pelo Sace Opinião revelaram que o posto alcançou um índice de satisfação de 64%, sinalizando a boa aceitação dos usuários, quer pela qualidade de serviços e informações prestadas, quer pelas instalações do posto. O Sace Opinião recebeu ainda 32% de reclamações e 4% de sugestões que serão devidamente tratadas.

No acumulado de janeiro e setembro de 2006, houve um total de 85.824 atendimentos. Nesse mesmo período 1.306 empresas foram legalizadas, 1.569 sofreram alterações e 133 foram extintas.

Os Gráficos 1 e 2 apresentam, respectivamente, o número de atendimentos realizados e empresas legalizadas no período de janeiro a setembro de 2006.

GRÁFICO I**SAC EMPRESARIAL – NÚMERO DE ATENDIMENTOS
BAHIA, 2006**

Fonte: Sace/SICM

GRÁFICO 2**NÚMERO DE EMPRESAS LEGALIZADAS, COM ALTERAÇÕES E COM BAIXAS
BAHIA, 2006**

Fonte: Sace/SICM

PARCEIROS DO SAC EMPRESARIAL

- Secretaria da Indústria, Comércio e Mineração – SICM
- Secretaria da Administração – SAEB
- Secretaria da Fazenda – SEFAZ
- Secretaria da Saúde – SESAB
- Secretaria do Trabalho, Assistência Social e Esporte – SETRAS
- Secretaria Municipal da Fazenda – SEFAZ
- Junta Comercial do Estado da Bahia – Juceb
- Instituto Nacional de Propriedade Industrial – INPI
- Ouvidoria Geral do Estado – OGE
- Superintendência de Desenvolvimento Industrial e Comercial – Sudic
- Serviço Brasileiro de Apoio a Pequena e Média Empresa – Sebrae
- Instituto Baiano de Metrologia e Qualidade – Ibametro
- Receita Federal
- Banco Bradesco, Banco do Nordeste, Banco do Brasil e Desenbahia

- Serviço de Atendimento ao Fornecedor – SAF/SAEB
- Centro de Recursos Ambientais – CRA
- Secretaria de Planejamento, Urbanismo e Meio Ambiente – SEPLAM



FOMENTO AO DESENVOLVIMENTO

Ao longo dos últimos quatro anos, a atuação da Agência de Fomento do Estado da Bahia - Desenbahia foi pautada pela desconcentração do crédito em favor de micro e pequenos empreendimentos, pela inclusão social através do apoio a empreendedores autônomos e pela interiorização dos financiamentos. Esses resultados estão fundamentados nos objetivos definidos no direcionamento estratégico da Agência. Nesse período, foram desenvolvidos e aprimorados diversos programas e linhas de financiamento, como os programas Credifácil, e Progeren, voltados para atender a micro e pequenas empresas, e Credibahia, Pronaf e Protáxi, voltados para empreendedores autônomos.

A Agência passou a operar, ainda, com recursos oriundos do Fundo Constitucional de Financiamento do Nordeste – FNE, ampliando as fontes de recursos disponíveis e oferecendo linhas de financiamento competitivas e desenvolvidas especificamente para atender à demanda da região.

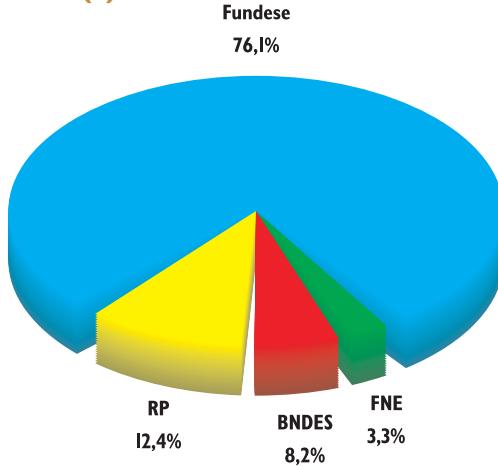
A Desenbahia aprovou 21.967 operações de crédito entre janeiro de 2003 e setembro de 2006,

o correspondente a uma média anual de mais de cinco mil operações, que totalizaram R\$ 522,8 milhões. Deve-se ressaltar que o valor médio das operações passou de R\$ 112,1 mil em 2003 para R\$ 6,7 mil em 2006, consolidando o novo perfil da Agência como uma instituição prioritariamente voltada para o crédito de varejo, com foco no empreendedor autônomo e nas micro e pequenas empresas.

O Fundo de Desenvolvimento Social e Econômico – Fundese, destacou-se como a principal fonte de recursos da Desenbahia, tendo sido responsável por 76,1% do *funding* utilizado para o financiamento dos projetos aprovados, totalizando R\$ 397,6 milhões. As aprovações com recursos próprios somaram R\$ 65 milhões, representando 12,4% do total aprovado no período. Já as operações efetuadas com recursos do BNDES tiveram uma participação de 8,2%, alcançando R\$ 42,8 milhões e se destacando também como uma importante fonte de recursos para a instituição. Por fim, as aprovações efetuadas com recursos do FNE, cujas operações se iniciaram somente em 2005, somaram R\$ 17,4 milhões, o equivalente a 3,3% do total aprovado, conforme distribuição apresentada no Gráfico 1.

GRÁFICO I

**DISTRIBUIÇÃO DO VALOR DAS APROVAÇÕES POR FONTE
BAHIA, 2003-2006(*)**



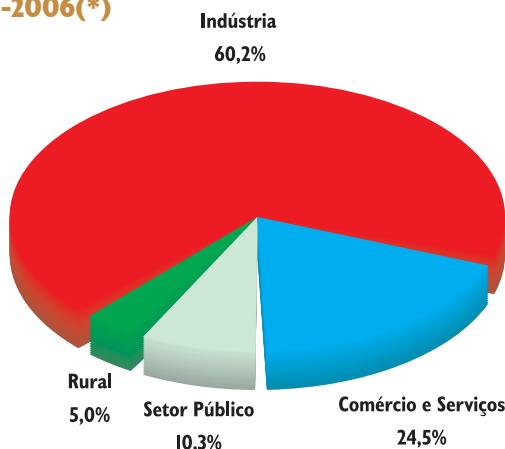
Fonte: SEFAZ/Desenbahia
(*) Até setembro de 2006

A análise por setor demonstra que o setor industrial concentrou 60,2% do valor total das aprovações no quadriênio 2003-2006, somando R\$ 314,8 milhões em financiamentos. O maior volume de aprovações do setor é atribuído aos financiamentos da linha Prodecon, que somaram no período R\$ 224 milhões, decorrentes da implantação do complexo automotivo no Estado. Já os projetos enquadrados no setor de comércio e serviços responderam por 24,5% das aprovações totais, correspondentes a R\$ 128,2 milhões. Em seguida, o setor público somou operações no valor de R\$ 53,7 milhões, com uma participação de 10,3%. Por fim, o setor rural representou 5%, tendo sido aprovados projetos no montante de R\$ 26,1 milhões, conforme a distribuição apresentada no Gráfico 2.

Do ponto de vista espacial, vem-se confirmando a tendência à desconcentração espacial dos financiamentos concedidos pela Desenbahia pelas diversas regiões do Estado, não apenas em quantidade, mas também em valor das operações. Em termos de valor, observa-se que a Região Metropolitana de Salvador representou 68,8% do volume total de financiamentos, de janeiro de 2003 a setembro de 2006, sendo que esta participação era de 74% em 2003, tendo caído para 52,7%, em 2006. Por sua vez, o eixo do Grande Recôncavo absorveu 11,2% do valor das aprovações no quadriênio, seguido pelos eixos do Oeste do São Francisco, com 3,9%, da Mata Atlântica, com 3,8% e do Extremo Sul, com 3,2%, conforme as informações apresentadas no Gráfico 3. De janeiro a setembro de 2006 não houve aprovações para o setor público, tendo o setor privado compreendido a totalidade das operações de crédito.

GRÁFICO 2

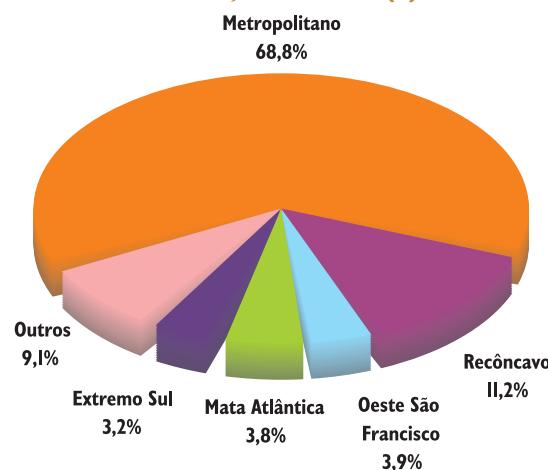
DISTRIBUIÇÃO DO VALOR DAS APROVAÇÕES POR SETOR BAHIA, 2003-2006(*)



Fonte: SEFAZ/Desenbahia
(*) Até setembro de 2006

GRÁFICO 3

PARTICIPAÇÃO NA DISTRIBUIÇÃO DOS FINANCIAMENTOS POR EIXO DE DESENVOLVIMENTO - BAHIA, 2003-2006(*)



Fonte: SEFAZ/Desenbahia
(*) Até setembro de 2006

Em termos de quantidade de financiamentos, a desconcentração das operações é ainda mais evidente. Sob esta ótica, o eixo Metropolitano passa a absorver 21,8% da quantidade total de financiamentos concedidos, seguido pelo eixo do Grande Recôncavo com 19,2%, do eixo do Planalto Sudoeste com 15,4%, e do Extremo Sul com 11,1%.

Principais Programas de Financiamento

Ao longo dos últimos quatro anos, a Desenbahia vem atuando através de uma diversidade de programas e linhas e de financiamento modeladas para atender aos objetivos estratégicos de promoção da inclusão social, interiorização do crédito e apoio às micro e pequenas empresas. Nesse sentido, programas como o Credibahia, Credifácil, Protáxi, Progeren, Pronaf e Crediapl, além de linhas do BNDES e do FNE, vem contribuindo decisivamente para o alcance desses objetivos.

■ Credifácil

Tendo como público alvo os micro e pequenos empresários contribuintes de ICMS no Estado, o programa Credifácil aprovou 471 operações, que somaram R\$ 24,4 milhões no período, através da concessão de capital de giro e investimento fixo. Comparando-se o desempenho de setembro de 2005 a setembro de 2006 verificou-se um aumento de 107,2% do valor aprovado.

■ Credibahia

O Credibahia foi criado com a finalidade de apoiar microempreendedores que tinham dificuldade de acesso ao mercado de crédito tradicional, sendo operado pela Desenbahia, em parceria com a Secretaria do Trabalho e Ação Social do Estado da Bahia - SETRAS e as prefeituras, além do apoio do Sebrae-BA. A captação dos negócios é efetuada em postos de atendimento, que se constituem em espaços físicos cedidos pela SETRAS ou pelas prefeituras, que também disponibilizam funcionários

para efetuarem a prospecção dos negócios. Cabe à Desenbahia a operacionalização dos contratos e a concessão do crédito.

Em funcionamento desde junho de 2002, o programa já contempla 120 municípios, através de 123 postos de atendimento. O Credibahia se consolidou como um dos principais programas de crédito da Desenbahia e tem contribuído para a inclusão social e para a interiorização dos investimentos, a partir da aprovação de 16.494 operações, no valor total de R\$ 20,8 milhões. Na modalidade de financiamento direto a empreendedores autônomos (denominada 1º piso), a Agência aprovou 16.487 operações no valor total de R\$ 19,9 milhões. Já para as instituições operadoras de microfinanças (2º piso), foram aprovadas sete operações no valor de R\$ 965 mil.

A expansão do programa permitiu um crescimento de 219,6% na quantidade e de 281,8% no valor total das operações, quando comparados ao mesmo período do ano anterior.

■ Progeren

Criado como um programa de caráter temporário, com prazo de vigência até dezembro de 2006, e desenhado para impulsionar os segmentos econômicos potenciais de municípios estrategicamente escolhidos pelo BNDES, este programa visa estimular a geração de emprego e renda. Ao longo do período, foram aprovadas 17 operações que somaram R\$ 8,1 milhões.

■ Protáxi

Tendo como principal foco a renovação da frota de táxis nas principais cidades turísticas do Estado, o programa Protáxi também colabora para a promoção da interiorização do crédito, estando presente em 96 municípios baianos. Entre janeiro de 2003 e setembro de 2006, o programa aprovou um total de R\$ 60,4 milhões, tendo favorecido diretamente 3.969 taxistas. Entre janeiro e setem-

bro de 2006, o programa aprovou um total de R\$ 19,8 milhões, tendo favorecido diretamente 1.298 taxistas.

■ Pronaf

No âmbito do setor rural, a Desenbahia presta apoio à agricultura familiar através do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar - Pronaf, cujos recursos são oriundos do BNDES. Ao longo do período, foram efetuadas 703 operações no valor total foi de R\$ 7 milhões, destinados a diversos programas em parceria com o Governo Estadual. Entre janeiro e setembro de 2006 foram efetuadas 223 operações no valor total foi de R\$ 2,2 milhões, destinados ao Programa Terra Fértil, da Secretaria de Agricultura, Irrigação e Reforma Agrária, e ao Projeto de Irrigação na Bacia Sedimentar de Tucano.

■ Credi-Apl

O programa foi criado com o apoio da Rede de Apoio aos Arranjos Produtivos do Estado da Bahia, composta por diversos órgãos do Governo estadual e federal, com o objetivo de aumentar a capacidade competitiva das empresas que compõem estes APLs. A Desenbahia vem contribuindo com as ações da Rede através da concessão de crédito, tendo aprovado 39 operações, que totalizaram R\$ 3,2 milhões, para empresários inseridos no APL de confecções do bairro do Uruguai, dos quais R\$ 1,3 milhão com 12 operações aprovadas de janeiro a setembro de 2006.

■ FNE

O FNE foi criado em 1989 como instrumento financeiro de promoção do desenvolvimento econômico e social da Região Nordeste e é administrado pelo Banco do Nordeste -BNB. A Desenbahia foi a primeira agência de fomento a

realizar operações com recursos do fundo, através de repasses daquele banco. Com o início das operações em 2005, a Agência aprovou 16 financiamentos no valor total de R\$ 17,4 milhões. Vale ressaltar que o FNE constitui uma importante fonte de recursos para o desenvolvimento do Estado, dadas as linhas de crédito disponíveis e as suas condições operacionais.

Outras Linhas do BNDES

Por fim, a Agência aprovou ainda 66 operações em outras linhas do BNDES, destinadas aos mais diversos segmentos, no montante de R\$ 27,7 milhões.

■ Pró-Urbano

Criado como um programa de financiamento às prefeituras, desempenhou um papel importante no desenvolvimento dos municípios baianos, viabilizando a realização de obras de urbanização, pavimentação e drenagem. Com recursos oriundos do BIRD, capitalizados na Desenbahia pelo Governo do Estado, o programa aprovou ao longo do período um total de R\$ 41,8 milhões, distribuídos em 27 operações.

■ Pró-Municípios

O programa disponibiliza meios para a aquisição e utilização de maquinário e equipamentos modernos, que melhorem a qualidade dos serviços públicos, assim como a modernização da gestão municipal, beneficiando aquelas prefeituras cujas contas públicas estejam de acordo com a Lei de Responsabilidade Fiscal ou que possam ser enquadradas através do Programa de Modernização da Administração Tributária e da Gestão dos Setores Sociais - PMAT. No total foram aprovadas 32 operações que somaram R\$ 12 milhões.