

**EXPORTAÇÕES PARAIBANAS E NECESSIDADE DE INOVAÇÃO<sup>1</sup>**  
**PARAIBA EXPORTS AND THE NEED FOR INNOVATION**

**Camila Veloso Lins**

Universidade Federal da Paraíba (UFPB)  
camila.veloso@academico.ufpb.br

**Isa de Oliveira Gonçalves Gomes**

Universidade Federal da Paraíba (UFPB)  
isa.goncalves@academico.ufpb.br

**Márcia Cristina Silva Paixão**

Universidade Federal da Paraíba (UFPB)  
marcia.paixao@academico.ufpb.br

**Roberto Vilmar Satur**

Universidade Federal da Paraíba (UFPB)  
robertosatur@yahoo.com.br

**Grupo de Trabalho (GT): GT04. Mercados agrícolas e cadeias produtivas**

**Resumo**

O objetivo do artigo é contribuir para uma avaliação de razões do baixo desempenho das exportações do estado da Paraíba e de possíveis iniciativas para superá-lo. A pesquisa é quali-quantitativa. Com base em dados da plataforma Comex Stat, constatou-se predominância de produtos de baixo valor agregado na exportação, concentração da pauta em poucos produtos e estes originários de um número reduzido de municípios, apesar de avanços observados entre 2013-2017 e 2018-2022. Resultados de entrevistas realizadas em maio/2023, com especialistas locais de comércio exterior e lideranças institucionais, apontaram a necessidade de uma atenção ainda maior para a capacitação de profissionais locais e inovações tecnológicas que elevem o potencial exportador, além de incentivo à união de empresas sob o objetivo específico da exportação.

**Palavras-Chave:** Exportação. Importação. Internacionalização. Paraíba.

**Abstract**

*The purpose of the article is to contribute to an assessment of the reasons for the low performance of exports in the state of Paraíba and possible initiatives to overcome it. The research is quali-quantitative. Based on data from the Comex Stat platform, there was a predominance of low value-added products in exports, a concentration in a few products and these originating from a small number of municipalities, despite the advances observed between 2013-2017 and 2018-2022. Results of interviews carried out in May/2023, with local foreign trade specialists and institutional leaders, pointed to the need for even greater attention to training local professionals and technological innovations that increase export potential, in addition to encouraging the union of companies under the specific purpose of exporting.*

**Keywords:** Export. Import. Internationalization. Paraíba.

**1 Introdução**

Este estudo discute aspectos do comércio exterior da Paraíba. Avalia, em específico, o estágio de internacionalização do estado via exportação e como esse processo local pode ser potencializado. Como amplamente defendido, a internacionalização do comércio de um país pode elevar seu desempenho econômico e proporcionar oportunidades de inovação por meio de novas e, por vezes, melhores relações de negócios e diplomáticas.

---

<sup>1</sup> Trabalho vinculado ao projeto de pesquisa “Comércio exterior e a internacionalização da Paraíba: conhecer e aprender para desenvolver e inovar - COMEX PB CADI”, aprovado sob o Edital N° 24/2022 do Programa de Educação Tutorial à Inovação - PETI PARAÍBA, da Fundação de Apoio à Pesquisa do Estado (FAPESQ-PB).

Especificamente sobre internacionalização de firmas, Johanson e Vahlne (1990) afirmam com base no conceito de redes industriais: internacionalização corresponde a processos de desenvolvimento de redes de relacionamento de negócios por meio da ampliação e do aprofundamento dos relacionamentos da firma em novas redes em outros países, bem como por meio de sua conexão com redes de diferentes países.

As possíveis estratégias de internacionalização já são conhecidas: importação e exportação direta ou indireta, venda de franquias, formação de joint-ventures, abertura de subsidiária no exterior, aquisições e fusões estrangeiras. Neste trabalho, discute-se a exportação, a forma mais comum de entrada em terceiros países, dado o menor risco econômico e financeiro pelo menor volume de recursos envolvidos (Picatto, Ribeiro e Negretti, 2016).

Dados do Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC) mostram que a Paraíba respondeu por apenas 0,7% das exportações nordestinas no período 2018-2022, um desempenho regional mais baixo que o observado no período 2013-2017 (0,8%). Em contraste, todos os demais estados nordestinos, com exceção de Alagoas e Sergipe, apresentaram crescimento de suas exportações nesses dois períodos considerado: Bahia, 7,2%; Maranhão, 7,4%; Pernambuco, 3,4%; Ceará, 4,2%; Piauí, 2,9% e Rio Grande do Norte, 0,9%.

Partindo desse cenário, o objetivo do artigo é contribuir para uma avaliação das razões do baixo desempenho das exportações do estado da Paraíba e de possíveis iniciativas para superá-lo, incluindo também inovações. A pesquisa é quali-quantitativa. São considerados dados do MDIC, precisamente da plataforma Comex Stat, comparando-se 2013-2017 com 2018-2022, e também, são avaliados resultados de entrevistas feitas com agentes locais em maio/2023, sendo especialistas de comércio exterior e lideranças institucionais.

## **2 Resultados e discussão**

Em termos de posição no ranking nacional de exportação, a Paraíba ocupou a 24ª posição em 2022 (MDIC, 2023). Uma das razões apontadas dessa baixa performance é a falta de cultura exportadora, a ausência do objetivo de crescimento no mercado interno e externo, a ausência de administradores com conhecimentos de planejamento estratégico para exportação, a opção por evitar os riscos inerentes às operações de exportação (Silva, 2018).

Conforme destaca Silva (2018) em estudo para a Paraíba, faz-se importante o empresário ter em vista que a adoção de um planejamento estratégico por si só resulta em melhoria de procedimentos administrativos e operacionais. A distribuição de cada objetivo entre colaboradores responsáveis distintos, com suas respectivas metas, eleva a probabilidade de alcance com êxito e contribui para difusão da cultura de exportação dentro da empresa.

Com base em Minervini (2012), a autora destaca como passos fundamentais à empresa em preparação para exportar: inicialmente, avaliação da capacidade de produção, seguida da avaliação da capacidade exportadora; em seguida, elaboração de um planejamento de marketing internacional como passo que antecede o planejamento da exportação em si.

Machado Neto, Fonseca e Santos (2021), considerando dados de 2000-2014, observaram que predominavam produtos da indústria de transformação e de baixo valor agregado nas exportações da Paraíba (açúcar de cana, cordéis de sisal, calçados de couro e de borracha, tecido de algodão e roupas de toucador ou cozinha, álcool de cana de açúcar), além de minério (ilmenita), itens intensivos em recursos naturais ou mão de obra.

Em 2022, esse perfil exportador se manteve: calçados (52%), sucos (13%), fios têxteis (6,4%), crustáceos (6%), açúcares e melaços (5%), minerais em bruto (4,1%). Também, a concentração da pauta chama a atenção: seis produtos responderam por 86,5% do valor total

exportador. Paixão (2009) já destacou essa concentração observando dados de 2003, 2005 e 2007: quatro produtos responderam por 58,4%, 64,7% e 71,8%, respectivamente.

O calçado de borracha é o principal item exportado desde 2013, embora haja variação no ranking de produtos que lideram. Galvão (2007) apontou que um motivo da predominância do setor têxtil e de calçados nas exportações paraibanas era a existência de incentivo fiscal e que, por conta disso, a década seguinte das exportações ainda seria composta de produtos à base de recursos naturais e mão-de-obra de baixa qualificação. Por sua vez, Carneiro (2012) ressaltou que, até seu estudo ser publicado, um novo perfil industrial ainda não tinha surgido e defendeu que a expansão e a diversificação da base produtiva podem criar novos mercados externos.

Dados das exportações da Paraíba nos períodos 2013-2017 e 2018-2022, não apresentados aqui por restrição de espaço, apontam para alguns avanços: no primeiro período considerado, 10 municípios responderam por 97% das exportações e em 2018-2022, 13 municípios. Ainda, em valores médios, houve crescimento de 4% no valor exportado entre os dois períodos.

Entrevistas realizadas com atores locais em maio/2023, sendo especialistas da área de comércio exterior e lideranças institucionais, apontaram cinco necessidades como principais para elevar o potencial do comércio exterior do estado da Paraíba: a) maior número de profissionais locais com conhecimentos da área; b) cooperação empresarial para exportação; c) políticas públicas específicas; d) formação de cultura local de comércio exterior; e) maior oferta de cursos de graduação e pós-graduação na área.

Minervini (2019) destaca como vantagens de uma cooperação empresarial na forma de consórcio para exportação: além do maior poder contratual, maior disponibilidade de recursos, tecnologia e informações. Nesse sentido, parte das restrições apontadas pelos entrevistados poderão ser solucionadas: escassez de pessoal qualificado na área, falta de cultura local de comércio externo e de poder perante entidades governamentais. A ação em consórcio também atenderia a necessidade de planejamento estratégico para exportação, apontada por Silva (2018), porque, como destaca Minervini (2019), pode favorecer: a) acesso a informações dos mercados; b) flexibilidade para adaptação de produtos e processos; c) acesso a recursos para inovação, *design* e concepção de novos produtos; d) aumento da competitividade; e) definição de uma marca própria; f) posicionamento do produto no novo mercado.

Por outro lado, entrevistados assinalaram que a carência de iniciativas educacionais na área tem se reduzido no estado, podendo-se destacar as ofertas: a) do curso de Relações Internacionais pelo Universidade Estadual da Paraíba (UEPB), reconhecido pelo Ministério da Educação (MEC) em 2006 e que, sob incentivo da Fundação de Apoio à Pesquisa do Estado (FAPESQ-PB) com provisão de bolsas, recém (em 2021) lançou edital para vagas de mestrado com linhas de pesquisa voltadas para necessidades do comércio exterior paraibano; b) do curso de Secretariado Executivo Bilingue pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB) - Campus IV (cidades de Mamanguape e Rio Tinto), criado em 2006, e que tem disciplina obrigatória de Comércio Exterior; c) do curso de Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais pela UFPB, reconhecido pelo MEC em 2009, e que oferece diversas disciplinas relacionadas com a área; d) do curso de Relações Internacionais pela UFPB, reconhecido em 2013, e que permite o cumprimento de disciplinas optativas com foco no tema e de outros cursos; e) do curso de Ciências Econômicas da UFPB que aprovou, em 2017, disciplina optativa de Comércio Exterior e, no mesmo ano, iniciou a execução do Projeto de Extensão Probox COMEX UFPB cujo objetivo geral é fomentar o comércio exterior paraibano e nordestino.

Oportuno destacar que essa iniciativa extensionista da UFPB tem atuado localmente como geradora de oportunidades de trabalho na área para graduandos e recém-graduados; desde

2019, gera oportunidades e é tutora de empresas juniores de consultoria e assessoria para internacionalização e exportação; desde 2020, apoia tecnicamente a Fapesq-PB para captação e execução do Programa Nacional de Qualificação de Empresas para Exportação (PEIEX) no estado em 2021-2023, uma iniciativa da ApexBrasil - Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos, vinculada ao MDIC, bem como atua como sua interlocutora institucional sobre editais para pesquisa na área e com foco no estado.

Outras iniciativas locais também destacadas pelos entrevistados são: a) o Observatório Minimundo que divulga notícias e discute assuntos da área de forma recorrente; b) o Grupo de Pesquisa Minimundo - Observatório de Mediações Interculturais e Negociações Internacionais, que disponibiliza gratuitamente uma coleção de livros em tópicos de Comércio Exterior, Internacionalização e Negociações Internacionais (ver site da Editora CCTA/UFPB); c) a Federação das Indústrias da Paraíba (FIEP) e seu Centro Internacional de Negócios (CIN), que publicam estatísticas e ofertam cursos rápidos na área, além de organizar missões para mercados-alvo de empresas locais.

Especialistas entrevistados também salientaram a necessidade de facilitação e disponibilização de assessorias e consultorias para pequenos empresários. Nesse sentido, o PEIEX foi frequentemente citado como uma iniciativa que pode gerar frutos efetivos, mas como dito por uma das entrevistadas que atua no Programa: “Tem o PEIEX, mas o PEIEX tem um limite de atendimento e a gente não faz o serviço em si. Então, acredito que seria interessante algo que seja uma parceria entre os órgãos que existem aqui na Paraíba. Por exemplo, juntar o SEBRAE com o SENAI e a FIEP para montar um projeto fixo e oferecer serviços de consultoria permanente, e assessoria para esses setores exportarem.” Oportuno destacar que a primeira edição do PEIEX no estado (2016-2018) revelou a predominância de empresas de pequeno porte (segundo o número de empregados) com perfil e interesse na exportação (Silva, 2018).

A importância da cooperação empresarial também foi bastante destacada pelos especialistas e lideranças ouvidos. Um deles citou um consórcio bem-sucedido no Paraná: “[...] quando o consórcio começou, as exportações dele não significavam nem 1% das vendas. E depois, com o passar dos anos, nos primeiros 5 anos, esse consórcio explodiu e as exportações cresceram tanto que já não era mais necessário fazer o consórcio. Então, as empresas se desmembraram e cada uma tem a sua própria operação de exportação. E hoje, essa mesma empresa, 50% do mercado dela é exportação.”

Essa experiência citada mostra que a participação em um consórcio não precisa ser definitiva, mas que representa um passo inicial fundamental para o ingresso no mercado externo, podendo a empresa permanecer até reunir condições para avançar individualmente.

Para os entrevistados, investimentos produtivos com maior conteúdo tecnológico e no desenvolvimento de aplicativos para formação de preços e identificação de potenciais importadores, bem como em comunicação estratégica por mídias sociais, também contribuiriam para elevar a performance do estado. Foi argumentado que: a) a Paraíba poderia passar a produzir bens que são importados e, inclusive, passar a exportá-los; b) o desempenho paraibano seria mais divulgado e conhecido, contribuindo para o aumento da cultura de comércio exterior; c) os aplicativos, além de uma inovação tecnológica, permitiriam uma autonomia maior dos pequenos empresários no acesso e uso daquele tipo de informação.

### **3 Considerações finais**

A pesquisa revelou necessidade de capacitação, cooperação, inovação, cultura exportadora e política pública específica para elevar o desempenho exportador paraibano. Pode-

se concluir que, mediante um reforço do interesse conjunto de governos, empresários, pesquisadores e profissionais de comércio exterior, pode-se ampliar a capacitação para exportar, gerando uma base sólida para o desenvolvimento local nesse campo. Especificamente, considera-se que a existência de profissionais altamente qualificados e a promoção da cultura exportadora nas empresas são componentes centrais para catalisar inovação e inserção estratégica no mercado internacional. E, em especial, a cooperação empresarial favorece a competitividade, o compartilhamento de recursos, conhecimentos e a formação de redes de relacionamento locais e externo.

Políticas públicas direcionadas podem induzir a formação de uma cultura local voltada para o comércio exterior e as exportações. E essa cultura enraizada representa uma base para a exploração contínua de oportunidades além das fronteiras nacionais. Por fim, a disponibilidade de cursos de graduação e pós-graduação na área, promovendo acúmulo de conhecimento e desenvolvimento de competências específicas é elemento indispensável para atender às demandas complexas do comércio internacional contemporâneo.

O trabalho não tratou da infraestrutura logística disponível, local e regional, para escoar as exportações do estado, mas dados do MDIC (2023) mostram que, em 2022, 89% de suas exportações foram marítimas e o principal porto de saída foi Salvador (33%), seguido dos portos de Santos (26%) e Suape (24%). O segundo modal utilizado foi o aéreo (7%), com saída, principalmente, pelos aeroportos de Guarulhos (45%), Viracopos (22%) e Guararapes (21%). Constata-se uma dependência relevante de infraestrutura externa e de estados distantes. Deixa-se como recomendação para futuras pesquisas uma avaliação dessa restrição ao desempenho das exportações paraibanas.

## REFERÊNCIAS

- JOHANSON, Jan; VAHLNE, Jan-Erik. The Mechanism of Internationalisation, **International Marketing Review**, v. 7, n. 4. 1990.
- MACHADO NETO, Pedro Augusto; SANTOS, Carolina Câmara; FONSECA, Márcia Batista da. Perfil das empresas exportadoras paraibanas: Um estudo de campo. **Cadernos de Ciências Sociais Aplicadas**, v. 18, n. 32, 2021. Disponível em: <https://periodicos2.uesb.br/index.php/ccsa/article/view/9243/6088>. Acesso em: 14 mar. 2023.
- MDIC. Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços. Comex Stat e Comex Vis. **Base de dados**. 2023. Disponível em: <http://comexstat.mdic.gov.br/pt/home>. Acesso em: 24 fev. 2023.
- MINERVINI, Nicola. **O exportador: construindo o seu projeto de internacionalização**. 7. ed. São Paulo: Almedina, 2019.
- NASCIMENTO JÚNIOR, Carlos Alberto do. **Análise de parâmetros da infraestrutura logística e competitividade de Portos no Nordeste**: Natal/RN, Cabedelo/PB, Fortaleza/CE, Pecém/CE, Suape/PE. 2022. 122f. Monografia (Graduação em Administração) - Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2022.
- PAIXÃO, Márcia Cristina Silva. **Etanol na Paraíba: aumento das exportações e aspectos ambientais da produção**. 2009. Dissertação (Mestrado em Economia) - Universidade Federal da Paraíba.



PIGATTO, Gessuir, RIBEIRO, Bianca C. dos Santos, NEGRETTI, Amanda dos Santos  
Inserção no mercado internacional: análise do comportamento das exportações das empresas alimentícias da região de Marília/SP. **E&G Economia e Gestão**, v. 16, n. 43, 2016.

SILVA, Letícia Monteiro. **Planejamento estratégico para exportação**: relevância para inserção no mercado internacional. João Pessoa: Curso de Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais, 2018. (Trabalho de Conclusão de Curso).