

## COMÉRCIO E SERVIÇOS

Através de um substancial e articulado conjunto de iniciativas, o Governo da Bahia deu continuidade à política de incentivo ao setor de comércio e aos serviços, atividades com grande capacidade de absorção de mão-de-obra e dinamização da economia – estratégicas e vitais, portanto, para o êxito da política de desenvolvimento socioeconômico do Estado.

A importância do setor comercial foi confirmada mais uma vez no exercício de 2004, através do desempenho positivo tanto das vendas externas quanto das internas. O poder público contribuiu para os resultados, exercendo com determinação o seu papel de articulador político e provedor de serviço, para viabilizar a atração de novos negócios e empreendimentos, a exemplo dos *call centers*, da realização de missões comerciais, do desenvolvimento do *design* e do atendimento especializado, através do SAC Empresarial.

Foram empreendidos esforços, igualmente, para promover a internacionalização de empresas, mediante o estabelecimento de parceiras e consórcios, a oferta de capacitação e tecnologias de informação, além do desenvolvimento de projetos setoriais integrados para os segmentos de cosméticos, mármore e plásticos.

### DESEMPENHO DO COMÉRCIO EXTERIOR

As exportações baianas apresentaram, em 2004, um recorde histórico. As vendas

externas alcançaram US\$ 4 bilhões, correspondendo a um crescimento de 24,7% em relação ao ano de 2003.

Esse recorde foi alcançado por conta de várias ações positivas como: reestruturação produtiva por que passa a economia baiana com a maturação de investimentos; grande número de ações públicas e privadas visando capacitar mais empresas a exportar; estímulos conjunturais proporcionados pelo aumento dos preços de *commodities* exportadas pelo Estado; câmbio favorável em boa parte do ano e pelo crescimento da economia mundial.

Foram ainda superadas todas as previsões de crescimento para as importações, que também atingiram o recorde de US\$ 3 bilhões, 54,9% acima do alcançado em 2003. As compras externas foram alavancadas pela recuperação da produção industrial doméstica – a indústria de transformação teve um crescimento de 15% – e pelo aumento dos preços do petróleo no mercado internacional. Os fluxos do comércio exterior resultaram em um superávit comercial de US\$ 1 bilhão, inferior 20,1% ao do ano anterior, motivado pelo maior crescimento verificado nas importações.

A corrente de comércio exterior da Bahia (soma de exportações e importações), também recorde, alcançou a marca dos US\$ 7 bilhões, muito superior ao teto de US\$ 5,2 bilhões registrado em 2003 (Tabela 1), correspondendo a 4,4% do comércio exterior brasileiro, participação mais alta desde 1985.

**TABELA 1** BALANÇA COMERCIAL  
BAHIA, 2003/2004

DISCRIMINAÇÃO	EM US\$ 1000 FOB		VARIÇÃO %
	2003	2004	
Exportações	3.258.772	4.062.916	24,7
Importações	1.945.209	3.013.320	54,9
Saldos	1.313.563	1.049.596	-20,1
Corrente de Comércio	5.203.981	7.076.236	36,0

Fonte: MDIC/Secex, elaboração SICM/Promo

O segmento mais expressivo da pauta de exportações da Bahia continua sendo o químico/petroquímico com vendas de US\$ 960 milhões em 2004 e uma participação de 23,6%. As receitas do setor se ampliaram em 19,9%, graças ao aumento dos preços, principalmente entre os químicos orgânicos.

O setor automotivo, com vendas de US\$ 641 milhões, já ocupa a segunda posição na pauta, com um crescimento de receita frente a 2003 na ordem de 60,7%.

O setor de derivados de petróleo registrou vendas de US\$ 550 milhões, com uma retração de 9,8% nas receitas motivadas pela redução de 10,1% nos embarques. O setor metalúrgico com US\$ 385 milhões de vendas, o de grãos com US\$ 343 milhões e o de papel e celulose com US\$ 278 milhões foram os outros segmentos com maior peso na pauta de exportações em 2004. O maior incremento em relação a 2003 foi obtido pelo setor de grãos, que cresceu 113,3%, em virtude, principalmente, do bom desempenho da soja, seguido pelo setor calçadista que, com vendas de US\$ 51 milhões, obteve um crescimento de 82,5%, conforme apresenta a Tabela 2.

Foram incorporados 170 novos produtos na pauta de exportação em 2004, na maioria manufaturados, como ventiladores de mesa, aparelhos de reprodução de som, instrumentos musicais de corda, gabinetes e antenas para aparelhos transmissores, ferros elétricos de passar, alto-falantes, roupas de cama, cachaça, vestidos de fibras artificiais, dentre outros.

As exportações para mercados não tradicionais cresceram 56,7%, chegando a US\$ 1,1 bilhão, também responsável pelo bom desempenho das vendas externas baianas.

Os principais mercados para os produtos baianos em 2004 continuam sendo os Estados Unidos com US\$ 1 bilhão em compras (participação de 25%), seguido pela Argentina com US\$ 582 milhões (14% de participação), o México com US\$ 454 milhões (11% de participação) e a Alemanha com US\$ 153 milhões (4% de participação).

O crescimento das importações se insere num contexto de aumento da atividade produtiva, conjugado com maior nível de competitividade interna e aumento de preços externos do petróleo e seus derivados, matéria-prima básica na matriz industrial do Estado, liderado pela petroquímica. O setor de bens de capital (máquinas e equipamentos) obteve o segundo maior crescimento dentre as categorias de uso (73,3%) – logo abaixo do de combustíveis e lubrificantes que, em função da alta do petróleo, cresceu (290,2%) frente a 2003.

As compras de bens intermediários responderam pela maior fatia do total das importações (58,6%), o que corresponde a US\$ 1,8 bilhão, denotando a complementaridade entre insumos domésticos e importados. (Tabela 3).

**TABELA 2**

**EXPORTAÇÕES BAIANAS – PRINCIPAIS SEGMENTOS  
BAHIA, 2003/2004**

SEGMENTOS	VALORES EM US\$ 1000 FOB 2003	VALORES EM US\$ 1000 FOB 2004	VARIAÇÃO %	PARTICIPAÇÃO %
Químicos e Petroquímicos	800.578	960.171	19,9	23,6
Automotivo	398.673	640.719	60,7	15,8
Derivados de Petróleo	609.267	549.770	-9,8	13,5
Metalúrgicos	249.806	384.872	54,1	9,5
Grãos, Óleos e Ceras Vegetais	160.819	343.089	113,3	8,4
Papel e Celulose	262.050	277.775	6,0	6,8
Cacau e Derivados	213.271	194.045	-9,0	4,8
Minerais	104.008	103.588	-0,4	2,5
Frutas e Suas Preparações	80.482	74.884	-7,0	1,8
Couros e Peles	58.455	72.406	23,9	1,8
Café e Especiarias	39.021	68.065	74,4	1,7
Sisal e Derivados	53.925	62.548	16,0	1,5
Calçados e Suas Partes	27.840	50.816	82,5	1,2
Pesca e Aqüicultura	27.053	27.539	1,8	0,7
Fumo e Derivados	17.263	16.699	-3,3	0,4
Demais Segmentos	156.261	235.930	51,0	5,8
<b>TOTAL</b>	<b>3.258.772</b>	<b>4.062.916</b>	<b>24,7</b>	<b>100,0</b>

Fonte: MDIC/Secex

**TABELA 3**

**IMPORTAÇÕES BAIANAS POR CATEGORIAS DE USO  
BAHIA, 2003/2004**

DISCRIMINAÇÃO	VALORES EM US\$ 1000 FOB 2003	VALORES EM US\$ 1000 FOB 2004	VARIAÇÃO %	PARTICIPAÇÃO %
Combustíveis e Lubrificantes	101.052	394.306	290,2	13,1
Bens de Capital	320.923	556.251	73,3	18,5
Bens de Consumo Duráveis	208.341	276.359	32,6	9,1
Bens Intermediários	1.299.893	1.764.888	35,8	58,6
Bens de Consumo Não-Duráveis	15.000	21.516	43,4	0,7
<b>TOTAL</b>	<b>1.945.209</b>	<b>3.013.320</b>	<b>54,9</b>	<b>100,0</b>

Fonte: MDIC/SECEX. Elaboração: SICM/Promo

Os principais mercados fornecedores foram a Argentina com US\$ 451 milhões e 15% de participação, a Argélia com US\$ 417 milhões e 14% de participação e o Chile com US\$ 405 milhões e 13% de participação na pauta de importações.

A continuidade da estabilidade econômica e o aumento da produtividade ditado pela forte demanda por importações de bens de capital e intermediários deverão, a curto e médio prazo, aumentar a presença do comércio exterior no

PIB estadual – hoje com aproximadamente 25% de participação – melhorando seus indicadores sociais e gerando impactos positivos sobre a criação de emprego e renda.

### Internacionalização de Empresas

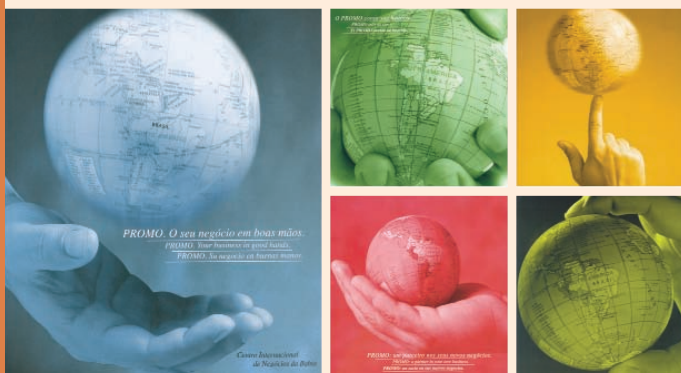
No exercício de 2004, foram iniciados diversos projetos com a finalidade de oferecer apoio institucional a empresas para a estruturação de segmentos industriais, comerciais e de serviços, em estágio de formação ou já estruturados, porém necessitando de ações catalizadoras capazes de impulsionar o processo de alavancagem das exportações dos produtos e serviços.

**Projeto Setorial Integrado de Cosméticos** – O investimento governamental na formação de um setor de cosméticos no Estado ganhou reforço com o apoio formal à capacitação das empresas do ramo para promoverem a internacionalização de seus produtos através da exportação. A ação foi objeto de um acordo de cooperação técnica entre a Secretaria da Indústria, Comércio e Mineração – SICM, o Centro Internacional de Negócios da Bahia – Promo, a Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos – Abiphec e o Sindicato das Indústrias de Cosméticos do Estado da Bahia – Sindcosmetic.

Outras ações vêm sendo executadas pela SICM, com vistas a regularizar a situação legal das empresas, retirando parte delas da informalidade. Foi enfatizada, também, a política de capacitação dos produtores para tornar os seus produtos aptos para a exportação, destacando-se o seminário Boas Práticas de Fabricação, que abordou assuntos como referências normativas, capacitação de mão-de-obra, *layout* de fábrica, aquisição, recebimento e manuseio de matéria-prima, limpeza e sanitização de equipamentos, processo industrial e qualidade.

**Projeto Setorial Integrado do Mármore Bege-Bahia** – A iniciativa visa agregar valor à exportação do mármore, hoje comercializado em estado bruto, na forma de blocos, criando as condições para que passe a ser exportado na forma de lâminas, item de maior valor comercial. Para tanto, o Governo do Estado investe na realização de um programa de formação profissional denominado Tecnologias em Rochas Ornamentais, que irá capacitar o produtor através da transferência de tecnologia e *know-how* em beneficiamento de rochas.

As ações a serem desenvolvidas foram objeto de um protocolo de intenções firmado entre o Instituto Italiano para o Comércio Exterior – ICE, a Secretaria da Indústria, Comércio e Mineração – SICM, a Companhia Baiana de Pesquisa Mineral – CBPM, o Centro Internacional de Negócios da Bahia – Promo, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae, o Sindicato da Indústria de Mármore e Granito da Bahia – Simagran e a Fundação de Amparo à Pesquisa da Bahia – Fapesb.



Internacionalização de Empresas

### **Projeto Setorial Integrado de Plásticos –**

Tem o objetivo de sensibilizar as empresas locais de transformação de resinas plásticas de terceira geração a aderirem ao Projeto Nacional de Exportações de Transformados Plásticos – Export Plastic, que conta com recursos da Agência de Promoção de Exportações do Brasil – Apex e parceiros como a Associação Brasileira da Indústria do Plástico – Abiplast, além das empresas de primeira e segunda geração de resinas plásticas do Estado.

O projeto, que tem como finalidade preparar as empresas para a exportação, realizou em 2004 a primeira etapa da capacitação, ministrada pelo Instituto Nacional do Plástico – INP e pela Abiplast. As atividades contaram com a participação de seis empresas que já aderiram ao projeto.

**Projeto Especial de Parceria com Comerciais Exportadoras** – Considerando o grande número de pequenas e médias empresas baianas que produzem bens dentro de padrões internacionais de qualidade, mas não contam com apoio para exportá-los, o Governo do Estado deflagrou um projeto para alavancar as exportações desses empreendimentos, através de parcerias com estruturas comerciais exportadoras e empresas produtoras locais.

Em 2004, diversas empresas foram mobilizadas, aderindo ao projeto aquelas que já dispõem de estrutura sedimentada no seu ramo de negócios para estabelecer canais de distribuição para exportações. Algumas parcerias já estão se efetivando, com vistas à exportação de sisal, móveis, sabão e azeite-de-dendê.



Consórcio da Tecnologia da Informação – Brits

**Consórcio Brits** – O Consórcio de Tecnologia da Informação do Estado reúne 15 empresas baianas de atividades complementares, que desenvolvem soluções verticais em tecnologia de informação, genuinamente baianas. A iniciativa tem como objetivo fortalecer o setor e expandir a produção, de forma a conquistar novos mercados, a exemplo de Angola e de países da América do Sul. Atualmente o consórcio disponibiliza uma grande diversidade de *softwares* sobre venda e exportação, enfocando aspectos como saúde, geoprocessamento, *call centers* e soluções administrativo-financeiras.

**BahiaExport** – Portal de Exportação – Lançado em 2004, objetiva estreitar as relações entre exportadores baianos e importadores do Brasil e do exterior, divulgando os principais produtos locais, além de disponibilizar informações sobre exportação, para atender tanto aos que já exportam como aos que ainda não se lançaram no mercado internacional.

Mais de 70 empresas já receberam apoio da Secretaria da Indústria, Comércio e Mineração – SICM para criar vitrines virtuais, onde

poderão expor individualmente seus produtos. O portal inclui ainda o catálogo virtual, que disponibiliza os meios de contato com mais de 470 empresas exportadoras, além de um banco de dados reunindo informações sobre mais de 3.700 empresas importadoras. Durante o ano o portal foi visitado por 9.206 pessoas, tendo sido cadastradas 18.600 empresas.

**Oficina de Comércio Exterior** – O programa visa ampliar o conhecimento dos pequenos e médios empresários sobre os trâmites do comércio exterior, através do acompanhamento de processos de importação e exportação, além do acesso aos mecanismos de apoio oferecidos pelo Centro Internacional de Negócios da Bahia – Promo, Banco do Brasil – BB e Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos – ECT. Em 2004, foram realizadas cinco oficinas com 90 fabricantes de produtos aptos para a exportação.

## DESEMPENHO DO COMÉRCIO INTERNO E SERVIÇOS

A política governamental de incentivo ao desenvolvimento do comércio interno vem se concretizando através de iniciativas voltadas para o revigoramento setorial, bem como para a constituição de novos e melhores empreendimentos. Dentre as ações de suporte legal e de qualificação gerencial e mercadológica, destacam-se a inauguração do SAC Empresarial e a série de capacitações, encontros e seminários desenvolvidos com a finalidade de estruturar o comércio atacadista e varejista em modernas bases gerenciais, consolidando no setor a cultura do planejamento empresarial e mercadológico.

Campanhas como a Liquida Salvador e a Liquida Interior, realizadas em 62 municípios, lograram o aquecimento das vendas e o fomento aos negócios, dinamizando a atividade comercial em períodos de baixa movimentação. A Liquida Salvador já se constitui na segunda data mais importante do varejo, registrando, nos últimos anos, um aumento médio das vendas em torno de 35%.

O segmento de medicamentos também mereceu atenção especial do Governo do Estado, que firmou acordo com a Associação de Distribuidores de Medicamentos Similares e Genéricos – Admesg, com vistas a conceder uma redução da alíquota do ICMS de 8% para 3% a 3,5%, o que deverá trazer repercussões positivas ao desempenho do comércio interno em todo o Estado.

### Serviço de Registro do Comércio

Em 2004, a Junta Comercial do Estado da Bahia – Juceb deu continuidade ao desenvolvimento e execução de projetos na área de tecnologia da informação, com o objetivo de agregar à sua tradicional função de registro de empresas o papel de provedor de informações para órgãos públicos e iniciativa privada, de forma a subsidiar as decisões de ordem econômica e empresarial.

Durante o exercício a Juceb registrou um total de 214.596 documentações protocoladas de acordo com as normas do Novo Código Civil, dentre as quais 28.884 para a criação de novas empresas (Tabela 4), 77.026 para alterações contratuais e 5.472 para extinções, além do enquadramento de microempresas e empresas de pequeno porte, abertura e alterações de filiais.

**TABELA 4** CONSTITUIÇÃO DE EMPRESAS  
POR TIPO JURÍDICO  
BAHIA, 2003/2004

TIPO JURÍDICO	2003	2004	%
Empresário	14.987	15.630	4,3
Sociedade Ltda.	12.516	12.790	2,2
Sociedade Anônima	237	309	30,4
Cooperativa	110	87	-21,1
Outras Sociedades	37	68	83,3
<b>TOTAL</b>	<b>27.887</b>	<b>28.884</b>	<b>3,6</b>

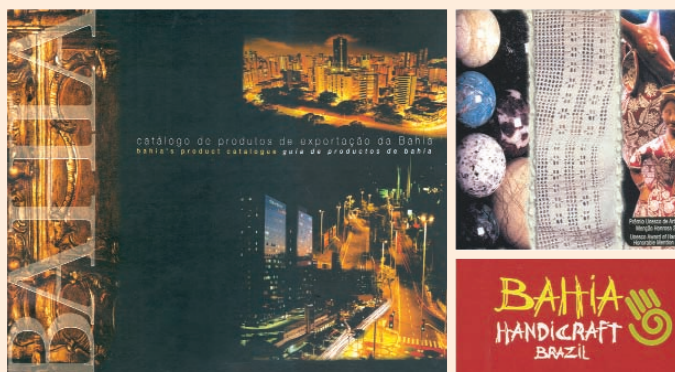
Fonte: SICM/Juceb

O comércio varejista liderou dentre todos os segmentos, com o registro de 14.273 novas empresas, seguido pela prestação de serviços com 8.548 e indústria de transformação com 1.564. Vale ressaltar ainda a expressividade do comércio atacadista, transportes e construção civil. (Tabela 5).

**TABELA 5** CONSTITUIÇÃO DE EMPRESAS  
POR ATIVIDADE  
BAHIA, 2003/2004

ATIVIDADES	2003	2004	%
Comércio Varejista	14.218	14.273	0,4
Prestação de Serviços	7.687	8.548	11,2
Ind. de Transformação	1.634	1.564	-4,3
Comércio Atacadista	1.422	1.357	-4,6
Transportes	713	692	-3,0
Construção Civil	598	530	-11,3
Ensino	360	452	25,6
Intermediações Financeiras	307	349	13,6
Comunicação	80	195	143,6
Agropecuária	143	103	-28,2
Indústria Extrativa	128	99	-22,7
Pesca e Aqüicultura	22	35	60,0
Extração Vegetal	22	20	-7,1
Outras Atividades	553	706	27,6
<b>TOTAL</b>	<b>27.887</b>	<b>28.922</b>	<b>3,7</b>

Fonte: SICM/Juceb



Handicraft Bahia

## Promoção Comercial

Ao longo do exercício a Bahia participou de diversas feiras nacionais e internacionais e lançou várias publicações, visando à promoção comercial de empresas e produtos locais. (Quadros 1 e 2).

## OPORTUNIDADES E INVESTIMENTO

### Missões Comerciais

As missões comerciais continuam sendo objeto de atenção especial do Governo do Estado, em face da sua capacidade potencial de gerar negócios e atrair empreendimentos comerciais. A estratégia junto a essas delegações objetiva ampliar o interesse internacional pelos produtos baianos e concretizar novas oportunidades de investimentos.

Dentre as principais missões que visitaram a Bahia em 2004, cabe destacar a do Instituto Internazionale Del Marmo/Itália, para prospecção de pedreiras e serrarias nas regiões de Jacobina e Ouarlândia; a missão empresarial da Colours & Beauty – Bologna/Itália, para prospectar produtos do segmento moda praia; além da missão BIC – European Community Business &

**QUADRO 1**

**PROMOÇÃO COMERCIAL – FEIRAS  
BAHIA, 2004**

FEIRAS	CIDADE	DESCRIÇÃO
Cosmoprof Cosmética	São Paulo/SP	Segunda maior feira de cosméticos do mundo em metros quadrados.
Couromoda	São Paulo/SP	Feira Internacional de Calçados, Artigos Esportivos e Artefatos de Couro. Maior feira especializada da América Latina e terceira maior do mundo.
Expocosmética	Salvador/BA	Exposição de produtos cosméticos fabricados na Bahia.
Intermodal	São Paulo/SP	Em sua 10ª edição, é especializada no segmento de logística de comércio exterior. Lançamento do Programa Estadual de Logística de Transportes da Bahia – PELT.
Comdex Sucesu	São Paulo/SP	Único evento corporativo de tecnologia de informação da América Latina, voltado para atender soluções empresariais.
Feira do Empreendedor	Salvador/BA	Estímulo à cultura empreendedora e oportunidades de negócios.

Fonte: SICM

**QUADRO 2**

**PROMOÇÃO COMERCIAL –  
PUBLICAÇÕES/EDIÇÕES  
BAHIA, 2004**

PUBLICAÇÕES/ EDIÇÕES	DESCRIÇÃO
Catálogo de Produtos de Exportação da Bahia	Em sua segunda edição, tem como objetivo divulgar no exterior as empresas exportadoras de produtos selecionados com potencial de crescimento de exportações.
Etiqueta de Artesanato com a Marca Handicraft Bahia	Criada pelo Promo, visa dotar de uma identidade os produtos da Bahia através da marca Handicraft Bahia.
Banners de Artesanato	Com versões em português, inglês e espanhol, a serem utilizados em show-room em Barcelona.
CD de Artesanato	Com versões em português e inglês, apresenta produtos baianos com suas especificações de exportação, para o show-room em Barcelona.
Postal de Artesanato	Com versões em português, inglês e espanhol, para ser distribuído em Barcelona.

Fonte: SICM

Innovation Centres, credenciada pela União Européia para promover e apoiar a criação e o desenvolvimento de parcerias entre micro, pequenas e médias empresas brasileiras e italianas.

Especialmente importante para a consolidação de relações comerciais com o mercado internacional foi a visita da delegação do Governo da Bahia à China, onde participou, como convidada especial do Banco Mundial, da Conferência para Redução da Pobreza e Desenvolvimento Sustentável, em Xangai, para apresentação de experiências bem-sucedidas de programas estaduais e de oportunidades de investimento no Estado.

Como parte ainda do conjunto de ações de incentivo a parcerias e ao comércio bilateral,



vale assinalar a instalação oficial da representação da Câmara de Comércio, Indústria e Turismo Brasil-Rússia na Bahia. O objetivo é estreitar os laços comerciais, mediante acordos de interesse mútuo.

Já estão em pauta diversas ações, como seminários, rodadas de negócios e missões comerciais envolvendo empresários baianos e russos. Como primeiro resultado concreto, entre agosto e setembro, Salvador sediou um evento cultural sobre a Rússia, abrangendo a exibição de filmes, mostra culinária, curso de teatro e seminários técnicos.

### Centro de Design

Em 2004, foi inaugurado o Centro Bahia Design, com o objetivo de agregar valores ao *design* baiano, criando assim um diferencial competitivo para os produtos fabricados no Estado. O centro deverá explorar as potencialidades dos pólos industriais, ampliando a competitividade dos seus produtos no mercado internacional, além de contribuir para a certificação, normalização e regulação da propriedade intelectual e tecnológica no setor.

A iniciativa do Governo do Estado, por meio da Secretaria da Indústria, Comércio e Mineração – SICM, é coordenada pelo Centro Internacional de Negócios da Bahia – Promo e congrega parceiros como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae, Instituto Euvaldo Lodi – IEL, Centro Integrado de Manufatura e Tecnologia – Cimaterc, Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado da Bahia – Fapesb, Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial – Senai, Universidade Federal da Bahia – Ufba e Universidade do Estado da Bahia – Uneb, dentre outros. A meta é atingir novos mercados com produtos de identidade própria, lançando mão das vantagens proporcionadas pelo *design* de produtos, uma ferramenta que agrega valor e impacta muito positivamente nos processos de venda e aceitação, além de fortalecer a imagem internacional do Estado.

### SAC Empresarial

Também inaugurado em 2004, o SAC Empresarial passou a preencher uma lacuna de apoio institucional eficaz para as empresas, através de ações de fortalecimento do empreendedorismo no Estado, notadamente a



Centro Bahia Design



SAC Empresarial

simplificação dos processos de tramitação legal para a criação e legalização de empresas.

Com esse novo canal de atendimento, o empresariado baiano encontrará disponíveis num mesmo local as representações de todos os órgãos e entidades envolvidos no processo de abertura e legalização empresarial. O SAC Empresarial foi estruturado para oferecer informações e serviços de forma ágil e eficiente a esse segmento específico de usuários.

### Captação de Negócios

Grande empregador de mão-de-obra e dinamizador do comércio, o setor de serviços tem experimentado um sensível crescimento nos anos recentes, em decorrência, principalmente, da atração de importantes empresas de *call center* para o município de Salvador.

Dentre os investimentos de maior porte, cabe destacar a implantação da nova empresa de telemarketing da Vivo Telebahia Celular e ampliação anunciada da Atento Brasil S.A. que, no conjunto, representam aplicações da ordem de R\$ 8,7 milhões, com estimativa de geração de 3.800 empregos diretos.

Cabe mencionar, ainda, o interesse manifestado pela empresa Star One, criada a partir da unidade de negócios de satélite da Embratel, para a instalação de um novo telecentro na Bahia, que abrigará a sua nova base de centros de controle. A empresa opera no segmento espacial, com lançamento de satélites, realizando o provimento de capacidade espacial para clientes como emissoras de televisão, instituições financeiras e empresas de telecomunicação.