

COMÉRCIO E SERVIÇOS

Um dos setores com maior capacidade de geração de emprego e renda, o comércio tem sido objeto de permanente atenção do Governo do Estado. O apoio ao desenvolvimento desse segmento, tanto na sua vertente de comércio exterior quanto no comércio interno, vem se materializando de formas diversas, notadamente através da abertura de canais institucionais para acesso aos mercados externos, capacitação empresarial, ações promocionais, incentivo ao associativismo, além da desburocratização de procedimentos legais.

Uma das metas prioritárias do governo, a inserção da Bahia nos fluxos internacionais de comércio envolve políticas integradas e ações que abrangem desde empresas exportadoras de commodities até aquelas de menor porte, que demandam apoio para o desenvolvimento de seu potencial. O êxito dessa estratégia ficou evidenciado em 2005, com um recorde histórico nas exportações superando em 47,4% o desempenho de 2004, crescimento acima do nacional, que se situou em 23%. As vendas para o exterior ultrapassaram US\$ 6 bilhões e confirmaram a aceitação do produto baiano em mercados exigentes, como os Estados Unidos, China Argentina, Bahamas, México, China e Países Baixos.

Impulsionado por demandas e cotações favoráveis no mercado externo, o incremento das exportações para a América Latina, União Européia e EUA, alcançou índices expressivos nos principais segmentos, com destaque para os derivados de petróleo (150,2%), seguidos do setor metalúrgico (50,3%), automotivo (36,1%) e químico-petroquímico (21,8%). As importações foram de US\$ 3,3 bilhões, registrando um crescimento de 9,6%. O crescimento de 15,3%

no item bens de capital indica investimento no processo de modernização industrial no Estado.

No comércio interno, o segmento varejista teve uma expansão de 7,3% no período de janeiro a novembro, consolidando uma tendência esboçada desde 2003. Contribuíram para essa performance as promoções realizadas em períodos de desaquecimento do calendário lojista, que abrangeram 40 segmentos e quatro mil pontos de vendas em 70 municípios baianos.

No decorrer do ano, a Junta Comercial registrou a criação de 32.369 novas empresas na Bahia, 11,8% a mais que em 2004. O segmento empresarial foi beneficiado com medidas de desburocratização, como a implantação do cadastro sincronizado com a Receita Federal e a Secretaria da Fazenda – SEFAZ, e os serviços do SAC Empresarial, que reduziram de 60 para 10 dias o tempo médio para a legalização dos empreendimentos.

Visando à criação de novas oportunidades de investimento, o governo participou de ações multilaterais e promoveu o intercâmbio com empresas e instituições internacionais, recepcionando no Estado quatro missões comerciais, da Turquia, Croácia, Espanha (Valencia) e Itália (Milão).

COMÉRCIO EXTERIOR

Desempenho

O resultado do comércio exterior baiano em 2005 foi surpreendente ao romper a barreira dos US\$ 9,3 bilhões – US\$ 6 bilhões em exportações e US\$ 3,3

bilhões de importações (Tabela 1). Com praticamente o dobro do crescimento registrado em 2004, as exportações cresceram a uma taxa 47,4%, superando o ritmo de crescimento das exportações brasileiras, que foi de aproximadamente 23%, permitindo que o Estado elevasse a sua participação nas vendas nacionais para cerca de 5,1% do total, consolidando-se como sexto maior Estado exportador do país e detentor de 56,7% das exportações do Nordeste.

As exportações baianas encerraram o ano de 2005 registrando o melhor desempenho da história, apesar

da desvalorização do dólar e das altas taxas de juros. Com importações de US\$ 3,3 bilhões, o saldo comercial do Estado chegou a US\$ 2,7 bilhões, cerca de 157% superior ao ano anterior, enquanto a corrente de comércio atingiu US\$ 9,3 bilhões.

Esse crescimento se deu em virtude de alguns fatores, como o ótimo desempenho do setor de derivados de petróleo; crescimento das vendas para o mercado latino-americano, sobretudo México, Argentina, Chile e Venezuela; altas cotações de algumas commodities agrícolas e não agrícolas; a contínua inserção de novos segmentos competitivos na pauta de exportações, como o automotivo, de móveis, calçadista, eletroeletrônicos e pneumáticos, dentre outros.

Destaca-se também o apoio às exportações de pequenas e médias empresas, que aumentaram as vendas de sisal, frutas, confecções, artesanato e outros; o surgimento de 163 novos produtos que foram introduzidos na pauta do Estado, como ferramentas, obras de porcelana, lenços, freezers, máquinas agrícolas, relógios de ponto, bolas para golfe, raquetes de tênis, etc., e a expansão das vendas para mercados não tradicionais como China, Venezuela, Índia, Tailândia, Nigéria, Austrália e Israel.

O maior destaque nas vendas externas ficou por conta dos derivados de petróleo, que assumiram a liderança da pauta desde setembro deste ano com vendas de US\$ 1,4 bilhão e incremento de 150%. O crescimento dos embarques desses produtos está diretamente ligado ao aumento das cotações externas e ao crescimento da produção doméstica

Tabela 1

BALANÇA COMERCIAL DA BAHIA
BAHIA, 2004/2005

DISCRIMINAÇÃO	US\$ 1.000,00 FOB		VARIÇÃO (%)
	2004	2005	
Exportação	4.062.916	5.987.744	47,4
Importação	3.021.129	3.310.799	9,6
Saldo	1.041.787	2.676.945	157,0
Corrente de Comércio	7.084.045	9.298.543	31,3

Fonte: MDIC/Secex, elaboração: Promo

A Tabela 2 apresenta os valores dos principais segmentos exportadores em 2005.

O maior destaque nas vendas externas foi dos derivados de petróleo, que assumiram a liderança da pauta em função do aumento das cotações externas e do crescimento da produção doméstica, com vendas acumuladas de US\$ 1,4 bilhão.

As exportações de papel e celulose tiveram ótimo desempenho no ano, com vendas de US\$ 434,4 milhões e um crescimento de 56,4%, o que representou 7,3% do total das exportações do Estado, que foi impulsionado pela entrada em operação da Veracel Celulose. O setor já se destaca na pauta de exportações do Estado, decorrente de

sua posição extremamente competitiva no nível internacional, e também pelos investimentos maciços que as empresas do setor vêm fazendo para o aumento da capacidade produtiva.

Os produtos metalúrgicos responderam por vendas de US\$ 578,3 milhões no ano, 50,3% superiores a 2004. Esse crescimento pode ser explicado pela forte elevação dos preços internacionais do aço, especialmente do cobre, além da contínua melhoria dos produtos de exportação, com a venda de itens com maior valor agregado (fios de cobre, fio-máquinas e billets de ferro/aço).

O setor automotivo respondeu no ano por vendas de US\$ 872,2 milhões, superiores 36,1% ao ano

Tabela 2

EXPORTAÇÕES – PRINCIPAIS SEGMENTOS

BAHIA, 2004/2005

SEGMENTO	US\$ 1.000,00 FOB		VARIACÃO (%)	PARTICIPACÃO (%)
	2004	2005		
Derivados de Petróleo	549.770	1.375.657	150,2	23,0
Químicos e Petroquímicos	946.491	1.152.388	21,8	19,3
Automóveis	640.719	872.186	36,1	14,6
Metalúrgicos	384.872	578.294	50,3	9,7
Papel e Celulose	277.775	434.363	56,4	7,3
Soja e Derivados	335.547	377.174	12,4	6,3
Cacau e Derivados	194.045	224.401	15,6	3,8
Minerais	103.588	154.801	49,4	2,6
Frutas e Suas Preparações	74.884	103.581	38,3	1,7
Algodão e Seus Subprodutos	60.299	96.112	59,4	1,6
Café e Especiarias	68.065	89.054	30,8	1,5
Couros e Peles	72.406	71.597	(1,1)	1,2
Móveis e Semelhantes	45.327	68.236	50,5	1,1
Sisal e Derivados	62.548	63.552	1,6	1,1
Calçados e Suas Partes	50.816	56.032	10,3	0,9
Borracha e Suas Obras	13.680	46.797	242,1	0,8
Máquinas, Aparelhos e Materiais Elétricos	32.012	38.826	21,3	0,7
Fumo e Derivados	16.699	18.613	11,5	0,3
Pesca e Aquicultura	27.539	18.118	(34,2)	0,3
Demais Segmentos	105.834	147.962	39,8	2,5
TOTAL	4.062.916	5.987.744	47,4	100,0

Fonte: MDIC/Secex, elaboração: Promo

anterior, o que demonstra a estrutura de produção competitiva que a Ford tem na fábrica de Camaçari. As vendas, em sua grande maioria, foram direcionadas para os mercados mexicano, argentino e venezuelano.

O setor químico e petroquímico alcançou em 2005 vendas de US\$ 1,2 bilhão, com incremento de 21,8% nas receitas. O resultado positivo nas receitas se deu em função da variação positiva de 15% na média dos preços, o que possibilitou ganhos em alguns itens como o de resinas termoplásticas, responsáveis pelos maiores ganhos obtidos pelo setor no ano.

Merecem destaque as exportações de móveis, que permanecem com vendas em expansão, somando no ano US\$ 68,2 milhões, 50,5% superiores ao mesmo período de 2004, resultado da profissionalização do setor e da diversificação de mercados. O setor calçadista atingiu vendas de US\$ 56 milhões, superando 10,3% em receitas o ano anterior.

Já as vendas de pneumáticos, inclusas no segmento de borracha e suas obras, somaram US\$ 45,9 milhões, com um incremento de 261% sobre 2004, resultado da expansão do setor no Estado, que se firma como grande produto de exportação, o que tem elevado sua produção anual. A entrada em operação em 2006 da fábrica alemã Continental promete aumentar a importância do setor na pauta de exportações da Bahia.

Na área agroindustrial, as exportações do segmento de soja e derivados atingiram US\$ 377,2 milhões, 12,4% superiores a 2004. As frutas e suas preparações prosseguem em alta, sendo puxadas pelos embarques de uva, manga e mamão. As exportações do setor somaram US\$ 103,6 milhões,

cerca de 38,3% acima de 2004, tornando o Estado o terceiro maior exportador de frutas frescas do país. As exportações de algodão atingiram US\$ 96,1 milhões, 59,4% superiores a 2004. Este ano, a safra foi de 820,1 mil toneladas, com crescimento de 16,5% sobre o ano de 2004, colocando a Bahia como segundo produtor nacional.

As importações cresceram 9,6% (Tabela 3), apesar do câmbio favorável, motivado pela acomodação da atividade econômica interna. Esse resultado insere-se em um contexto de baixo crescimento 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 baiana, liderado pela petroquímica.

O maior crescimento das importações concentrou-se no item combustíveis e lubrificantes, que atingiu US\$ 1,1 bilhão, com um crescimento de 36,6% sobre 2004, representando 32,6% do total das compras baianas em 2005; bens de consumo não duráveis, com aumento de 18,1%, em consequência da queda do dólar; e dos bens de



Exportação de manga

Tabela 3

IMPORTAÇÕES BAIANAS POR CATEGORIA DE USO
 BAHIA, 2004/2005

DISCRIMINAÇÃO	US\$ 1.000,00 FOB		VARIACÃO (%)	PARTICIPACÃO (%)
	2004	2005		
Bens Intermediários	1.306.091	1.244.958	(4,7)	37,6
Combustíveis e Lubrificantes	789.753	1.078.871	36,6	32,6
Bens de Capital	655.750	756.010	15,3	22,8
Bens de Consumo Duráveis	245.847	202.979	(17,4)	6,1
Bens de Consumo Não Duráveis	23.688	27.981	18,1	0,9
TOTAL	3.021.129	3.310.799	9,6	100,0

Fonte: MDIC/Secex, elaboração: Promo
 Obs: Importações efetivas. Dados preliminares

capital, que cresceram 15,3%, reflexo da modernização do parque industrial, que pressionou a demanda por máquinas e equipamentos. As compras de bens intermediários recuaram 4,7% e estão relacionadas à queda da produção industrial, na medida em que estão diretamente ligadas ao crescimento econômico do país.

O principal destino das exportações baianas em 2005 foi os EUA, nosso principal comprador, com 18,3% do total das exportações, sendo a gasolina o principal produto, seguido da Argentina, com 12%, com as vendas de químicos e petroquímicos; Bahamas com 10,4%, derivados de petróleo; México com 9,8%, automóveis; China com 4,1%, pasta química de madeira e Países Baixos com 4,1%, óleos brutos de petróleo.

No quesito importação, a distribuição das principais compras externas do Estado, em termos de países e participação, teve o seguinte desempenho: a Argélia foi o principal fornecedor, com 14,5%, por conta das compras de petróleo, seguido pelos EUA com 12,6%, com grande variedade de produtos; Argentina com 12%, principal fornecedor de

veículos; o Chile com 11,3%, principal fornecedor de cobre e China com 4,3%, como fornecedor de equipamentos eletroeletrônicos.

Internacionalização de Empresas

A promoção da internacionalização das empresas baianas através das exportações constitui um componente importante e um desafio para o Governo do Estado, uma vez que os incentivos criados e as parcerias celebradas buscam dotar suas empresas de estrutura gerencial e física adequada e mais ativa, necessária à tomada de decisões para a entrada nos mercados internacionais, o que trará, com certeza, reflexos positivos para a economia.

Parceria com Comerciais Exportadoras – O projeto de parceria com comerciais exportadoras é uma parceria entre pequenas empresas, que não têm recursos para manter uma estrutura voltada para exportação com empresas comerciais exportadoras. O projeto teve início com o mapeamento dos setores de fruticultura, rochas ornamentais, cachaça e confecções, selecionados por apresentarem melhores condições de inserção

no mercado externo, e está em fase de conclusão para posterior apresentação às Trading Companies.

Mármore Bege-Bahia – Foi constituído o Instituto de Desenvolvimento do Mármore – Idem, em agosto de 2005, no intuito de operacionalizar o projeto de cooperação técnica entre representantes da Secretaria de Ciência Tecnologia e Inovação – SECTI, da Secretaria de Indústria Comércio e Mineração – SICM; do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae; do Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial – Senai; da Companhia Baiana de Pesquisa Mineral – CBPM; e do Instituto Italiano para o Comércio Exterior – ICE, objetivando a construção de uma Unidade de Resinagem no município de Orolândia, além de um Centro de Tecnologia em beneficiamento e extração de rochas ornamentais.

Projeto de Internacionalização Rumo ao Futuro – Pirf – A Associação Industrial do Distrito de Aveiro – Aida, em parceria com o Instituto de Comércio Externo de Portugal – Icep, está desenvolvendo o Projeto de Internacionalização Rumo ao Futuro – Pirf, junto à iniciativa pública e privada. A Aida e o Centro Internacional de Negócios da Bahia – Promo, desenvolveram uma parceria estratégica visando à promoção conjunta da oferta nacional nos respectivos países, envolvendo as seguintes ações: análise do perfil de 17 empresas portuguesas que buscam parcerias na Bahia, e de lista personalizada para cada empresa portuguesa, com informações sobre os potenciais parceiros na Bahia; divulgação das estruturas de apoio ao comércio internacional nos respectivos países; e o acompanhamento dos contatos entre as empresas portuguesas e brasileiras.

Portal de Negócios Bahia-Itália – Business And Innovation Center – Em virtude do Acordo de Cooperação entre o Promo, a SECTI, a Azienda Speciale della CCIAA de Firenze – Promofirenze e a Associazione Nazionale dei Business and Innovation Centers – BIC Itália Net, foi criada 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, assim como providenciaram informações relevantes sobre as empresas e a economia daquele país. Caberá ao Promo divulgar esta ferramenta ao empresariado baiano, assim como atualizar as informações sobre a economia e o comércio exterior da Bahia.

Projeto Setorial Integrado – PSI – Em 2005, três Projetos Setoriais Integrados – PSIs foram concluídos: o de artesanato, o de polpa de frutas e o de couro. Estes projetos encontram-se estruturados, com produção regular voltada para o mercado interno e externo. Eles vinham sendo implementados desde 2001 com financiamento da Agência de Promoção de Exportações – Apex, envolvendo várias ações de âmbito nacional e internacional, como: estudo de mercado e de tecnologia aplicada a cada segmento; seleção de empresas e capacitação; elaboração de material promocional como folhetos, CDs, etiquetas de marca, banners, catálogo, campanhas promocionais de degustação e polpa de frutas e participação em feiras e eventos. O Quadro I apresenta os Projetos Setoriais Integrados.

Quadro 1

PROJETOS SETORIAIS INTEGRADOS – DESCRIÇÃO	
BAHIA, 2005	
PROJETO	DESCRIÇÃO
Artesanato	Cinco localidades foram selecionadas, com uma média de 35 artesãos capacitados por comunidade: Saubara, Valente, Porto de Sauípe, Maragogipinho e Paulo Afonso, em atividades de cestaria, renda de bilro, tear, malharia, tricô em sisal, cerâmica e tecelagem
Polpa de Frutas	Abrangeu 15 empresas, dentre as quais a Cajuba, Tropical Fruit, Nutrical, Doce Mel e outras que implantaram, com a orientação do Senai, a Análise de Perigos e Pontos Críticos de Controle – APPCC, ferramenta de gestão de segurança alimentar, que é uma barreira técnica se não implementada
Couro	Oito empresas foram selecionadas e continuam atuando no mercado com novas ações: elaboração, em parceria com o Sindicato do Couro – Sindicouro, de estudo sobre a evasão do couro no Estado; fórum sobre a cadeia do couro, inclusive o beneficiamento; criação de um plano estratégico e utilização da rede Eurocentro para capacitação nas práticas de corte e manejo do couro e rastreabilidade

Fonte: SICM

O PSI do Sisal (exportação e importação) foi aprovado pela Agência da Promoção de Exportações – Apex, em parceria com o Promo e o Sindicato das Indústrias de Fibras Vegetais da Bahia – Sindifibras. O projeto tem como objetivo promover a inserção competitiva das empresas brasileiras de sisal de pequeno e médio porte no mercado internacional, aumentando sua capacidade de exportação e diversificando seus mercados, por meio de medidas, tendo em vista: fortalecimento da cadeia produtiva; a capacitação das pequenas e médias empresas; a melhoria da produtividade, agregando valor ao produto para atingir níveis mais competitivos de qualidade e preço; e prospecção e abertura de novos mercados.

Acordo de Cooperação Técnica – O Governo do Estado vem realizando ações que têm como objetivo atingir segmentos que buscam apoio

institucional para garantir sustentabilidade e o desenvolvimento dos diversos setores, como é o caso do ramo de cosméticos. Nesse sentido, foi realizado o seminário "A força dos pequenos trabalhando em conjunto", ao qual compareceram representantes de 28 empresas.

As ações programadas são fruto do Acordo de Cooperação Técnica entre a SICM, Sindicato da Indústria de Cosméticos e Perfumaria – Sindicocsmetic, e a Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal – Abihpec, que objetivam o desenvolvimento do projeto setorial integrado de cosméticos, constituído por um conjunto de ações voltadas ao incremento das exportações. As ações envolvem capacitação, treinamento, participação em feiras, rodadas de negócios e encontros das indústrias com os setores de comércio varejista, embalagens e matéria-prima.

Capacitação

Happy Business – O Happy Business é um programa que consiste de uma série de palestras sobre temas ligados ao comércio exterior, de modo a permitir que as micro, pequenas e médias empresas baianas tomem conhecimento das novas ferramentas de comercialização e cooperação empresarial. O Promo realiza este programa desde o ano de 2001.

Foram realizadas três edições, a primeira em abril, com o tema: "A inserção das PMEs no mercado internacional: consórcios, associações, cooperativas e trading houses", a segunda, em junho, com tema: "Exportação Simplificada", e a terceira com o tema: "Centros de Distribuição da Apex Brasil no Exterior", abrangendo um total de 221 participantes.

Oficinas de Comércio Exterior – O Programa Oficina de Comércio Exterior continua atraindo interessados em conhecer o processo legal da rotina do comércio exterior. O alvo continua sendo as pequenas e médias empresas que não têm familiaridade com esses trâmites. Tem-se como objetivo capacitá-las, levando-lhes o conhecimento das etapas e procedi-

Arquivo Promo



Oficinas

mentos de uma operação de exportação, apresentadas pelos principais agentes envolvidos, tais como: despachantes, operadores logísticos, financiadores, transportadores e seguradoras. Durante o período, seis turmas foram realizadas, com 132 participantes.

DESEMPENHO DO COMÉRCIO INTERNO E SERVIÇOS

Cumprindo a finalidade de fomentador do desenvolvimento comercial das micro, pequenas e médias empresas, o Governo do Estado promoveu ao longo de 2005, várias ações com o objetivo de atingir o segmento lojista de diversos ramos de atividade formalmente constituídos, bem como aqueles que necessitam de maior apoio para se consolidar.

Segundo informações divulgadas pela Pesquisa Mensal de Comércio – PMC, realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, o comércio varejista apresentou, no acumulado de janeiro a outubro de 2005, uma expansão de 7,3% no período de janeiro a novembro, confirmando a tendência do varejo baiano que, desde 2003, apresenta sucessivos resultados positivos.

Arquivo Promo



1º Happy Business

Contribuindo com a dinamização do comércio interno, as campanhas Liquida Salvador e Liquida Interior, edição 2005, e que fazem parte do calendário do setor comercial baiano, acontecendo há sete anos, foram realizadas nos meses de março e julho, respectivamente. Essas campanhas constituem-se numa ação apoiada pela SICM em parceria com a Câmara de Diretores Lojistas – CDL, Secretaria da Fazenda – SEFAZ, e outras instituições. A primeira envolveu 40 segmentos do comércio, em quatro mil pontos de venda nos municípios de Salvador, Camaçari, Lauro de Freitas e Simões Filho, e a segunda, em 70 municípios do Estado, envolvendo seis mil pontos de venda de lojistas e prestadores de serviços.

A promoção dessas campanhas tem como objetivo fomentar e revitalizar os negócios em períodos de desaquecimento do setor varejista. Segundo dados da CDL, a Liquida Salvador é a segunda melhor data de vendas do comércio, tendo alcançado na edição de 2005 um movimento de cerca de R\$ 125 milhões em vendas, representando um crescimento médio superior a 40% no comércio varejista.

Serviço de Registro do Comércio

A Junta Comercial do Estado da Bahia – Juceb vem, desde 2004, direcionando esforços no sentido de viabilizar a implantação do Projeto Nacional de Simplificação e Racionalização do Registro e Legalização de Empresas no Estado da Bahia.

Dentro desse programa a Juceb foi pioneira no país na implantação do cadastro sincronizado com a Receita Federal e a Secretaria da Fazenda – SEFAZ, pelo qual o empresário, num só momento, adquire as respectivas inscrições ao se constituir na Junta Comercial. Posteriormente as prefeituras serão incluídas nesse procedimento.

De igual modo, a Juceb está ultimando, em conjunto com o Departamento Nacional de Registro do Comércio – DNRC, o portal de registro e legalização de empresas, que possibilitará o registro, via internet, na Junta Comercial e inscrição nos órgãos fazendários e regulamentadores. Esse item integra a segunda fase do cadastro sincronizado. Ainda dentro desse espírito de modificação e simplificação, a Juceb já implantou a cobrança por boletos em código de barras via internet, racionalizando a sua arrecadação.

Paralelamente, e em conjunto com o DNRC, a Juceb será a primeira Junta do país a implantar o registro eletrônico de empresários (antiga firma individual), pelo qual o processamento será todo informatizado, a exemplo da declaração de renda das pessoas físicas. Em seguida, esses serviços incluirão as sociedades limitadas.

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

A Juceb, em 2005, registrou um total de 189.148 documentos protocolados, sendo 32.369 novas empresas, 56.804 alterações, 4.951 extinções, além de enquadramentos de microempresas e empresas de pequeno porte, abertura e alterações de filiais e outros atos.

Observa-se que no ano de 2005 houve um acréscimo de 11,8% de atos de constituições de empresas no Estado da Bahia, em relação ao mesmo período do ano anterior (Tabela 4).

Tabela 4

**COMPARATIVO DE CONSTITUIÇÕES
DE EMPRESAS POR TIPO JURÍDICO**
BAHIA, 2004/2005

TIPO JURÍDICO			VARIAÇÃO
	2004	2005	%
Empresário	15.860	17.823	12,4
Sociedade Ltda.	12.718	14.081	10,7
Sociedade Anônima	232	310	33,6
Cooperativa	98	120	22,4
Outras Sociedades	54	35	(35,2)
TOTAL	28.962	32.369	11,8

Fonte: SICM/Juceb

O setor do comércio varejista liderou dentre todas as atividades econômicas, com um total de 15.596 novas empresas, seguido pela prestação de serviços com 9.812 registros, enquanto a indústria de transformação compareceu com 1.768 empreendimentos no exercício. Vale registrar ainda a expressividade do setor do comércio atacadista, com 1.310 registros, construção civil com 945, e transportes com 855 novas empresas, conforme Tabela 5.

Tabela 5

**QUANTITATIVOS DE CONSTITUIÇÃO DE
EMPRESAS POR SETORES DE ATIVIDADES**
BAHIA, 2004/2005

ATIVIDADE			VARIAÇÃO
	2004	2005	%
Agropecuária	104	145	39,4
Extração Vegetal	15	22	46,7
Pesca e Aquicultura	20	17	(15,0)
Indústria Extrativa	100	117	17,0
Indústria de Transformação	1.593	1.768	11,0
Construção Civil	613	945	54,2
Comércio Varejista	14.436	15.596	8,0
Comércio Atacadista	1.391	1.310	(5,8)
Intermediação Financeira	321	244	(24,0)
Transportes	688	855	24,3
Comunicação	120	114	(5,0)
Prestação de Serviços	8.409	9.812	16,7
Ensino	490	563	14,9
Outras Atividades	662	861	30,1
TOTAL	28.962	32.369	11,8

Fonte: SICM/Juceb

Promoção Comercial

Uma nova estrutura de layout foi dada ao BahiaExport – Portal de Exportação, para melhorar a visualização do usuário e atender a solicitação das empresas participantes. Novas ferramentas foram acrescentadas, como o Apoio ao Investidor, com informações relevantes sobre comércio exterior, e o item Legislação, onde foram disponibilizadas leis, decretos e normas.

Foi criado o Balcão de Comércio Exterior, uma parceria entre a SICM e o Banco do Brasil, para facilitar às empresas que fazem parte do Portal a venda do produto ao exterior, além de fortalecer a sua inserção no mercado internacional, incentivando as exportações.

Em 2005 o Portal recebeu 42.244 visitas, sendo que atualmente existem 226 empresas que possuem vitrines no portal, que são páginas individuais de empresas baianas, e que receberam 14.041 visitas no período. Também foram feitas 61 negociações no ambiente do portal entre importadores e as empresas que, em sua maioria, são de pequeno porte. No catálogo on line temos 14.962 empresas importadoras no exterior e exportadoras na Bahia.

Com o intuito de aquecer ainda mais a promoção comercial foram realizados eventos, feiras, simpósios, cursos, etc., fomentando o comércio através da busca de atrativos e parcerias, principalmente para o Estado. O Quadro 2 relaciona os principais eventos ocorridos em 2005.

Quadro 2

PROMOÇÃO COMERCIAL - FEIRAS E EVENTOS

BAHIA, 2005

EVENTO E FEIRA	LOCAL	OBJETIVO/DESCRIÇÃO/RESULTADO
Bahiainvest Fórum	Salvador	Apresentação da Bahia e as oportunidades oferecidas, através de palestras, painéis e cases a potenciais investidores estrangeiros e nacionais. Contou com 28 expositores e um <i>show room</i> com vitrine de produtos e cerca de 2.400 visitantes
Congresso	Santa Cruz/Bolívia	XVIII Congresso Latino-Americano de Estratégia – Estudo apresentado: "Impactos Estratégicos dos Consórcios de Exportação – Um estudo de caso do Bahia Beach Export"
Cosmoprof – Cosmética Feira Internacional de Beleza	São Paulo	Atrair investimentos, favorecer as parcerias e cooperação empresarial
Curso	Salvador	Melhorias da competitividade das PME's através de Informações em Técnicas de Mercado Internacional, com participação de 34 representantes de pequenas e médias empresas baianas dos segmentos de rochas ornamentais, apicultura, cosmético, confecção, frutas, artesanato, alimentos e bebidas, além de consultores
Curso Sebrae	Salvador	Aproximação do <i>design</i> ao Setor Artesanal. Palestra: "Internacionalização do Artesanato"
Fispal Latino	Miami/USA	Possibilitar a oportunidade de empresas baianas ampliar mercados, através de contatos comerciais com importadores estrangeiros. A Bahia contou com a presença de oito empresas de alimentos e bebidas. Como resultados tivemos: - Realização de contatos comerciais: 320 - Solicitação de pedidos: US\$ 65.000,00 - Realização de vendas: US\$ 10.000,00
Projeto Comprador	São Paulo	Evento direcionado para o Grupo importador Intermarché, de Portugal que contou com exposição de produtos brasileiros e rodada de negócios, voltado para os setores de frutas, carne, flores, têxtil, móveis, papelaria, balas e caramelos, plásticos e produtos alimentares industrializados. Contou com 61 compradores internacionais e 100 empresas brasileiras. Contou também com seis empresas baianas (Bahia Beach, Ambial, Duffy, Água de Coco Itapoã, Geléias Pelourinho e Flamagel)
Rodada de Negócios na Fenagri	Juazeiro	Duas rodadas de negócios, coordenadas pelo Promo, entre empresas nacionais e estrangeiras de apoio à internacionalização de pequenas e médias empresas do setor de fruticultura e agronegócios: 1. Internacional: Participação de 18 empresas européias e de cerca de 80 latino-americanas; 2. Nacional: participação de 75 empresas, onde foram comercializadas 44 toneladas de manga para a Holanda e venda de mamão e coco para a Alemanha

continua

conclusão do Quadro 2

EVENTO E FEIRA	LOCAL	OBJETIVO/DESCRIÇÃO/RESULTADO
Seminário	Salvador	Comex Bahia – Seminário Nacional de Comércio Exterior. Palestra: "Relações Bilaterais – Bahia e Nordeste como mercados estratégicos"
Seminário	Salvador	Seminários sobre Agronegócio – Tema: "Perspectivas do Agronegócio Baiano para o Mercado Internacional"
Seminário	Nova Ibiá	Seminário sobre Exportação de Polpas e Sucos. Palestra: "Comercialização e Competitividade de Polpa e Sucos de Frutas no Mercado Exterior"
Seminário	Salvador	Comissão da União Européia: Iniciativas e Programas de Cooperação. Palestra: "Papel dos Eurocentros no Programa AL– Invest – Resultados Obtidos no Brasil"
Simpósio	Salvador	6º Agrocafé – Simpósio Nacional do Agronegócio Café. Palestra: "Como Exportar Café"
Workshop	Salvador	"Recuperação de Créditos Relativos à Exportação". Contou com a participação de 69 empresários e outros profissionais que necessitam conceituar, conhecer ou rever a sistemática do regime tributário brasileiro, no contexto da exportação e da importação de bens e serviços

Fonte: SICM

OPORTUNIDADES E INVESTIMENTOS

Missões Comerciais

As missões comerciais fazem parte da política estratégica do governo de fomentar ações de caráter multilateral através do intercâmbio entre empresas e instituições internacionais com o objetivo de atrair oportunidades de investimento. Quatro missões foram recepcionadas no período e encontram-se discriminadas no Quadro 3.

SAC Empresarial

O SAC Empresarial completou um ano de funcionamento em 2005 mantendo o objetivo de expandir o empreendedorismo no Estado, através

da orientação legal sobre os procedimentos que envolvem a abertura, alterações e encerramento de empresas. A maneira rápida e eficiente com que o serviço é prestado já permitiu a redução de 60

O bom resultado do SAC Empresarial pôde ser comprovado através de pesquisa de opinião realizada junto aos usuários do serviço a partir do mês de março de 2005, quando 70% dos pesquisados responderam estar plenamente satisfeitos com o atendimento, confirmando o sucesso do projeto que, de janeiro a dezembro, realizou 98.336 atendimentos

para dez dias o tempo médio de legalização de uma empresa.

Órgãos públicos, entre federais, estaduais e municipais, além de instituições de crédito, participam do SAC Empresarial, possibilitando ao empreendedor realizar todos os procedimentos

em um só lugar, inclusive os relativos a baixa em negócios.

Mais informações sobre o SAC Empresarial podem ser encontradas no capítulo "Serviço de Atendimento ao Cidadão – SAC" deste relatório.

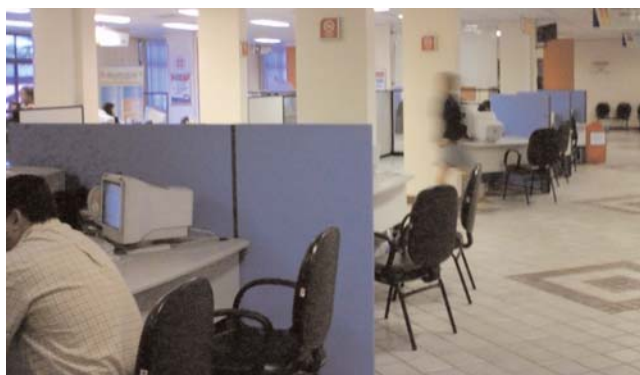
Quadro 3

MISSÕES ESTRANGEIRAS À BAHIA BAHIA, 2005	
PAÍS	OBJETIVO
Turquia	Em viagem de prospecção, representantes da empresa Hidrogen Peroxide estiveram na Bahia com o objetivo de avaliar a implantação de uma planta industrial, após o estudo de viabilidade, para produção de peróxido de hidrogênio (água oxigenada), no Pólo Petroquímico ou CIA, levando em conta a oferta de matéria-prima existente nessas áreas
Croácia	Prospectando negócios com empresas do ramo alimentício e de fumo, cujo interesse maior é o de importar produtos para serem vendidos a supermercados naquele país representantes da empresa Petrakom participaram de rodadas de negócios e agenda de reuniões com as empresas Avipal (frango congelado), Utiara e Cajuba (sucos), Bolsa de Mercadorias da Bahia (cotação da soja para exportação) e Chaba Charutos
Espanha/Valencia	Investimentos na área têxtil porque Valencia é um grande produtor têxtil com possibilidades de fornecer produtos ou investir no segmento. Discutiui-se também a possibilidade de exportação de frutas tropicais para lá e a atração de fornecedores de autopeças, já que a cidade possui um grande pólo
Itália/Milão	Prospectar oportunidades de negócios e transferência de tecnologia nos segmentos de construção civil, metalurgia e material de construção

Fonte: SICM



SAC Empresarial



SAC Empresarial

Ascom – SAEB

Ascom – SAEB

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
- Centro Internacional de Negócios da Bahia – Promo
- 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
- Associação das Pequenas e Microempresas da Bahia – Apemisa
- Banco Bradesco, Banco do Nordeste, Banco do Brasil e Desenbahia.
- Serviço de Atendimento ao Fornecedor – SAF/SAEB
- Centro de Recursos Ambientais – CRA

Ascom – SAEB



SAC Empresarial