



Revista Eletrônica de Negócios Internacionais (Internext)

ISSN: 1980-4865

revistainternext@gmail.com

Escola Superior de Propaganda e Marketing
Brasil

Vasconcelos, Felipe Lopes Vieira; Rocha, Elisa Maria Pinto da; Carvalhais, Jane Noronha
Nível de Competitividade dos Produtos Exportados por Minas Gerais

Revista Eletrônica de Negócios Internacionais
(Internext), vol. 12, núm. 2, 2017, Maio-, pp. 17-30
Escola Superior de Propaganda e Marketing
Brasil

DOI: <https://doi.org/10.18568/1980-4865.12217-30>

Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=557561286002>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais informações do artigo
- Site da revista em redalyc.org

UABM
redalyc.org

Sistema de Informação Científica Redalyc

Rede de Revistas Científicas da América Latina e do Caribe, Espanha e Portugal

Sem fins lucrativos acadêmica projeto, desenvolvido no âmbito da iniciativa
acesso aberto

Nível de competitividade dos produtos exportados por Minas Gerais

Felipe Lopes Vieira Vasconcelos^{1A}, Elisa Maria Pinto da Rocha^A and Jane Noronha Carvalhais^B

^AFundação João Pinheiro - FJP, Belo Horizonte, Minas Gerais, Brasil

^BUniversidade do Estado de Minas Gerais - FaPP/UEMG, BH, Minas Gerais, Brasil

DETALHES DO ARTIGO

Histórico do artigo:

Recebido em 1 de junho de 2016

Aceito em 26 de junho de 2017

Disponível online em 31 de agosto de 2017

Sistema de Revisão "Double Blind Review"

Editor científico:

Ilán Avrichir

Palavras-chaves:

DataViva

Exportações

Competitividade

Potencial competitivo

Minas Gerais

RESUMO

O presente trabalho busca compreender o nível de competitividade dos produtos exportados por Minas Gerais, identificando os setores já consolidados no comércio internacional do estado e aqueles que necessitam de políticas públicas de fomento às exportações. Para tal, utiliza-se do método exploratório-descritivo de pesquisa, que proporciona uma visão geral de algumas das principais ideias que dizem respeito ao comércio internacional, mostrando sua importância para o desenvolvimento econômico de uma localidade, e da pesquisa documental, que explora os dados e informações disponibilizadas pela plataforma DataViva. Os produtos exportados foram agrupados pela combinação das variáveis Índice de Vantagem Comparativa Revelada (RCA) e peso no conjunto das exportações. O trabalho busca reforçar a importância do comércio internacional e da teoria ricardiana ao desenvolvimento econômico de uma localidade. Os resultados mostraram que os produtos da pauta mineira, quando comparados com os produtos Competitivos e Com Potencial Competitivo da pauta do Brasil, não apresentam, em sua maioria, o mesmo nível de competitividade, demonstrando que muitos desses produtos ainda podem ter suas exportações estimuladas dentro do território mineiro. Além disso, os produtos Com Potencial Competitivo exportados por Minas Gerais mostram-se como um importante alvo para as políticas de fomento às exportações.

© 2017 Internext | ESPM. Todos os direitos reservados!

1. INTRODUÇÃO

A realidade do século XXI impõe crescentes pressões para serem que as organizações públicas sejam cada vez mais eficientes. Tais pressões trazem avanços tecnológicos e demandas sociais, onde as organizações públicas têm que oferecer cada vez mais bens e serviços com menos recursos (Mcierney & Barrows, 2002). Mecanismos tais como a identificação e a promoção de produtos tecnologicamente sofisticados e a inserção das empresas produtoras desses produtos em arranjos produtivos competitivos, mas ainda pouco explorados, constituem-se relevantes possibilidades.

É reconhecido que Minas Gerais apresenta uma economia baseada nos setores extrativo-siderúrgico

e agrícola e que possui uma pauta exportadora preponderantemente concentrada em *commodities* minerais e agrícolas – a exemplo do minério de ferro e café – o que reflete o baixo grau de diversificação de sua economia. Dessa maneira, há necessidade de que Minas Gerais busque políticas e mecanismos que possibilitem um crescimento de diversificação econômica e que permitam aumentar a participação dos produtos de alto conteúdo tecnológico na pauta exportadora. Nesse sentido, pode-se considerar uma agenda de políticas públicas voltadas para diversificação econômica do estado como um dos desafios a serem enfrentados pelos gestores públicos mineiros.

As *commodities* minerais e agrícolas, além de terem significativa influência na geração de riqueza

¹ Contato do autor: felipelopesvv@gmail.com

do estado, detêm grande participação na pauta de exportações, diferente dos demais segmentos de produtos que possuem menor participação no comércio internacional. Assim, conciliar a ideia de diversificação da pauta de exportação de Minas Gerais sem, contudo, ignorar o potencial do estado na exportação de produtos minero-siderúrgicos e agrícolas torna-se importante para intensificar a inserção competitiva do estado no comércio internacional.

Nesse contexto, algumas questões principais que orientam a elaboração desse trabalho são: como poderia ser caracterizada a pauta de exportação de Minas Gerais, considerando-se os distintos níveis de competitividade dos produtos exportados? Como os produtos considerados “Competitivos” e “Com Potencial Competitivo” encontram-se distribuídos nos dezessete (17) Territórios de Desenvolvimento de Minas Gerais?

O objetivo geral do estudo é caracterizar o nível de competitividade da pauta de exportação mineira, no sentido de melhor compreender o potencial competitivo dos produtos exportados pelo estado, bem como a sua distribuição nas diferentes regiões ou territórios. Especificamente pretende-se verificar, dentre o conjunto de produtos brasileiros Competitivos e Com Potencial Competitivo, quais deles são exportados por Minas Gerais e, se caso positivo, quais seus níveis de competitividade; caracterizar os produtos Competitivos e Com Potencial Competitivo exportados por Minas Gerais; e identificar como esses grupos de produtos se distribuem nos dezessete Territórios de Desenvolvimento.

Este trabalho caracteriza a pauta exportadora de Minas Gerais através de uma matriz criada por Munduruca e Santana (2012), que envolve o Índice de Vantagem Comparativa Revelada (RCA), criado por Balassa (1965) através da Teoria de Vantagens Comparativas de Ricardo (1817), e do peso de valor exportado dos produtos da pauta do estado, disponibilizados pela ferramenta DataViva. Ao utilizar a matriz, o trabalho identifica produtos de diversos setores e conteúdos tecnológicos que podem ter suas exportações estimuladas por ainda apresentarem baixa participação na pauta, mas possuírem vantagem comparativa em sua exportação em detrimento a outras regiões. Dessa forma, o trabalho busca reforçar a importância do comércio internacional e, principalmente, da teoria ricardiana

ao desenvolvimento econômico de uma localidade ao caracterizar o nível de competitividade da pauta exportadora de Minas Gerais através da identificação do valor exportado e das vantagens comparativas de seus produtos.

Acredita-se que a identificação de produtos mineiros Com Potencial Competitivo e a análise e caracterização do nível de competitividade da pauta exportadora de Minas Gerais poderão sugerir e orientar gestores públicos na condução de políticas que permitam fomentar a atividade econômica do estado. Além disso, poderão contribuir para a formulação de políticas voltadas para a diversificação de sua pauta exportadora e para o alcance de padrões satisfatórios de desenvolvimento econômico local e regional. Assim, o trabalho trará importante referência para que a Administração Pública possa se orientar através das políticas públicas sugeridas por ele como relevantes para o alcance do objetivo de aumentar o desenvolvimento econômico de Minas Gerais.

Este trabalho utiliza o método exploratório-descritivo. Bem como, ele utiliza procedimentos técnicos relativos ao levantamento bibliográfico, que proporcionam uma visão geral das principais ideias relativas ao comércio internacional e de pesquisa documental, ao explorar os dados e informações disponibilizadas pela plataforma DataViva.

O trabalho encontra-se dividido em cinco capítulos. A partir da Introdução aqui apresentada, segue o segundo capítulo, que apresenta a Revisão da Literatura, enfatizando as teorias de comércio internacional e a plataforma DataViva, juntamente com seus indicadores de comércio internacional por ela disponibilizados. O capítulo seguinte apresenta a metodologia utilizada, e o quarto capítulo dedica-se à apresentação e análise dos resultados referentes à competitividade dos produtos exportados no Brasil e em Minas Gerais, a análise da pauta exportadora mineira, dando enfoque às características dos principais produtos Competitivos e Com Potencial Competitivo exportados e a distribuição desses produtos Competitivos e Com Potencial Competitivo entre os dezessete Territórios de Desenvolvimento do estado. No último capítulo são apresentadas as Considerações Finais.

2. REVISÃO DA LITERATURA

Ao abordar as teorias do comércio internacional, nessa seção procura-se explicitar as discussões em

torno da importância das exportações enquanto mecanismo capaz de impulsionar o desenvolvimento econômico regional e/ou local. O estudo desenvolvido utiliza-se, principalmente, da Teoria de Vantagens Comparativas de Ricardo (1817) para a caracterização da pauta exportadora de Minas Gerais. Dessa forma, essa seção discorre sobre a teoria e apresenta outros pontos teóricos que abordam a temática de vantagem comparativa e ganhos de competitividade no comércio internacional.

Segundo Jones e Neary (1984), o modelo de vantagem comparativa ricardiano baseia-se em três hipóteses principais. A primeira é que o trabalho era o único fator de produção e poderia se mover livremente para o setor cujo salário fosse mais elevado, o que leva à equalização dos salários entre os setores, sendo que há diferença de valor entre nações. A segunda é a concorrência perfeita entre setores, garantindo o lucro econômico zero entre eles. E a terceira é a equalização dos preços relativos dos bens pelo comércio internacional, o que implica na não-existência de custos de transações dos bens.

No comércio internacional, por diversos motivos (clima, tecnologia, cultura, etc.), os países possuem diferenças relativas de produtividade. Assim, de acordo com Ricardo (1817), os países deveriam se especializar em setores e produtos cujos custos comparativos fossem menores. Ou seja, os países devem produzir e exportar bens nos quais possuem um nível maior de especialização, sendo que o próprio mercado irá induzi-lo para a especialização nos bens que possuem maior vantagem comparativa e, consequentemente, menor custo de produção, ao mesmo tempo em que deverá importar aqueles bens em que possuem menor vantagem comparativa.

Toma-se como os preços o produto entre o trabalho necessário para produzir um bem e o salário da economia. Assim, no caso de dois bens (1 e 2) e dois países (local e estrangeiro), o país local terá um menor preço relativo do bem 1 e, dessa forma, uma vantagem comparativa na produção desse bem, se a razão entre o trabalho necessário para produzir bem 1 e o trabalho necessário para produzir o bem 2 for menor que a razão dos trabalhos desses bens no país estrangeiro.

A participação de determinada região na exportação de determinado produto em relação à participação deste produto no comércio mundial pode ser medida pelo Índice de Vantagem

Comparativa Revelada (*Revealed Comparative Advantage* - RCA), utilizado primeiramente por Balassa (1965). Ou seja, o RCA mede se a participação de um produto na pauta de exportação de determinada região é maior ou menor do que a sua participação mundial.

O Índice de Vantagem Comparativa Revelada é dado pela Eq. (1):

$$RCA_{ji} = \frac{\frac{X_{ji}}{X_j}}{\frac{X_{wi}}{X_w}} \quad (1)$$

Onde X_{ji} representa o valor exportado pelo país j do produto i , X_j representa o valor total das exportações do país j , X_{wi} representa o total das exportações mundiais do produto i e X_w representa tudo que foi exportado pelo mundo (Gabinete de Planejamento, Estratégia, Avaliação e Relações Internacionais, 2010).

Dessa forma, se o RCA for igual a 1, a região exporta exatamente a participação média se o total de exportações do produto fosse dividido pelo número de regiões. Se o RCA for maior que 1, a região exporta mais que a participação média, o que significa que ela possui vantagem comparativa na exportação do produto em relação às demais regiões. Assim, quanto maior o RCA, a região apresenta mais vantagens para a exportação desse produto para o resto do mundo. Se o RCA for menor que 1, a região exporta menos que a participação média, o que significa que a região não apresenta vantagem comparativa na exportação do produto. Ou seja, quanto menor e mais próximo de 0 for o RCA, menor será a vantagem da região na exportação desse produto.

Munduruca e Santana (2012) consideraram o RCA proposto por Balassa (1965) como necessário para que fosse caracterizado o potencial exportador de uma região. Assim, ao combiná-lo com o peso do valor exportado na pauta, caracterizaram-se os produtos “Sem Potencial”, que seriam a última opção em qualquer ação de fomento de exportação, os “Estagnados”, que necessitariam de uma ação de fomento para aumentar sua competitividade, ou o próprio mercado tenderia a eliminá-los, os “Dinâmicos”, que já vêm obtendo bons resultados na pauta, e os “Com Potencial”, que são produtos que não vêm sendo explorados adequadamente e, por

isso, devem ser o foco das ações de fomento ao comércio exterior, por permitirem expansão sustentável das exportações e um impacto positivo sobre o crescimento econômico. Como será visto, a parte empírica deste trabalho centra-se no modelo proposto por esses autores.

A teoria de Heckscher-Ohlin explica que cada país exportará os bens intensivos de fatores que forem abundantes em seu território. Ou seja, países que tiverem o fator trabalho abundante produzirão maior quantidade de bens intensivos em mão-de-obra do que de fato consomem, enquanto países que possuírem abundância de bens de capital também deverão produzir maior quantidade de bens intensivos em capital do que irão consumir, com o objetivo de exportar um maior volume dessa produção. Portanto, o modelo aproxima-se da teoria ricardiana ao implicar que os países devem produzir mais e exportar aquilo que possuem maiores vantagens comparativas ou, como dito, fatores mais abundantes (Cassano, 2002).

A vantagem comparativa, segundo a Teoria das Vantagens Tecnológicas, é resultante da dinâmica dos avanços tecnológicos e é tida como monopólio até que o segundo país o alcance (o período no qual há monopólio do país inovador até a primeira produção no país estrangeiro é conhecida como "*imitation log*"). Para Posner (1961), a inovação permite que as nações tornem-se exportadoras, independentemente de suas vantagens em fatores de produção. Sua proposta, então, baseia-se em um modelo no qual a tecnologia e a inovação são as responsáveis por inserir competitivamente países no comércio internacional, relacionando-se com o conceito de vantagem comparativa proposto por Ricardo (1817).

A Teoria do Ciclo do Produto de Raymond Vernon (1966) enfatiza a inovação, a tecnologia, a qualificação da mão de obra e as economias de escala como de importância para a definição dos padrões de comércio. O autor defende, por exemplo, que a vantagem das firmas norte-americanas estaria relacionada à sua inovação em produtos e processos. O modelo apresenta a hipótese de que países desenvolvidos não diferem em acesso ao conhecimento científico. Assim, os produtos mais maduros eram produzidos em outros países sofisticados e os padronizados, nos países periféricos, gerando disparidades de competitividade entre centro-periferia.

As ideias e as noções relacionadas à Complexidade Econômica (*Product Space*) elaboradas por Hausmann (2007) partem da premissa de que a prosperidade econômica se relaciona com a capacidade (*capability*) de sociedades econômicas expandirem sua estrutura produtiva e sua base de conhecimento, criando uma rede complexa de organizações e mercados capaz de aumentar a interação entre consumidores e produtores. O *Product Space* define complexidade a partir da variedade de produtos que um país é capaz de produzir, ou seja, quanto mais diversificado, mais complexo. Porém, essa complexidade não é definida apenas pela sua diversidade (número de produtos com vantagem comparativa), mas, também, pela sua ubiquidade, isto é, o número de países que conseguem fazer o mesmo produto, tendo em vista que produtos que demandam muito conhecimento encontram-se disponíveis apenas em poucos países que possuem essa extensa base de conhecimento.

3. METODOLOGIA

Para atingir o objetivo de caracterizar o nível de competitividade da pauta de exportação de mineira, e a partir da caracterização proposta por Gil (2008), pode-se afirmar que este trabalho aproxima-se de um estudo exploratório-descritivo. Ele utiliza dos procedimentos técnicos relativos ao levantamento bibliográfico (no sentido de proporcionar uma visão geral das principais teorias e ideias que envolvem o comércio internacional) e à pesquisa documental, retratada pela intensa exploração dos dados e informações disponibilizados na plataforma de dados DataViva (dataviva.info), uma plataforma aberta de pesquisa desenvolvida pelo Governo de Minas Gerais e a Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais (FAPEMIG), em parceria com o Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT), que disponibiliza os principais dados econômicos do Brasil e seus demais recortes geográficos, gerando informações para o planejamento e elaboração de políticas públicas e investimentos públicos e privados.

A fonte utilizada de relevância para a elaboração deste trabalho é a base de dados da Secretaria de Comércio Exterior/Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (SECEX/MDIC), que permite a identificação do comportamento do intercâmbio comercial brasileiro. Os itens são codificados segundo a Nomenclatura Comum do Mercosul (NCM), que é regida pelas definições de um

sistema harmonizado criado pela Organização Mundial das Alfândegas conhecido como *Harmonized Code* (HS Code). Os produtos disponibilizados são desagregados em seção e posição (HS Code de 4 dígitos). Sendo assim, o agrupamento de produtos escolhido para este trabalho foi o HS Code desagregado em posição (HS 4), por ser o que fornece o maior detalhamento no DataViva, possibilitando um estudo mais aprofundado da pauta exportadora das regiões.

Até a data de realização deste trabalho, o DataViva apresentava informações anuais de exportações brasileiras de 2000 a 2014 e dados divulgados para os seguintes recortes geográficos do País: Unidades da Federação, Mesorregião e Municípios. Para que fosse possível aplicar a Teoria de Vantagens Comparativas na determinação do nível de competitividade da pauta exportadora de Minas Gerais e para que o trabalho pudesse contribuir para a formulação de políticas voltadas para a diversificação da pauta exportadora do estado, foi definido o nível de competitividade de cada produto através da matriz proposta por Munduruca e Santana (2012), na qual foram cruzados os componentes “vantagem comparativa” e “peso do produto”.

3.1 Índice de vantagem comparativa revelada - RCA

O Índice de Vantagem Comparativa Revelada (RCA), desenvolvido por Balassa (1965), ilustra o princípio ricardiano das vantagens comparativas já abordado no referencial teórico. No DataViva, o cálculo do RCA é feito tanto considerando o comércio mundial (RCA Internacional), quanto apenas as exportações brasileiras (RCA Doméstico) e se encontrava disponível para todos os estados e municípios exportadores entre os anos de 2000 e 2014. O RCA Internacional dos produtos exportados pelo Brasil como um todo, porém, só estava disponível até o ano de 2012, tendo em vista que o Observatório da Complexidade Econômica (Massachusetts Institute of Technology, 2012), banco de dados do *Product Space*, só apresentou os dados dos países até esse ano. Para determinação da existência de “vantagem comparativa” utilizou-se o RCA, admitindo-se duas possibilidades para o valor obtido: (a) maior do que 1 (RCA Alto) - considera-se que há vantagem comparativa na exportação do produto; (b) menor do que 1 (RCA Baixo) - não há vantagem comparativa. Os autores Munduruca e Santana (2012) usam a sigla

VCR para se referirem ao RCA, utilizado nesse trabalho.

3.2 Peso do Produto

Para determinação do “peso do produto”, os autores Munduruca e Santana (2012) propõem como valor de referência uma unidade dividida pelo número total de produtos presentes na pauta de exportação em determinado período. Assim, se o estado/região sob consideração exportar 100 produtos, o valor de referência é 0,01 ou 1%, admitindo-se que se o valor obtido para o Peso for maior do que 1%, considera-se que o produto apresenta Peso Alto na pauta; se menor do que 1%, toma-se o produto como de Peso Baixo na pauta de exportação. No caso da pauta do Brasil, o peso médio foi 0,084% (1/1185), e, na pauta de Minas Gerais, o peso médio foi 0,121% (1/826) em 2012 e 0,117% (1/854) em 2014.

3.3 Matriz para determinação do nível de competitividade

A partir da relação entre os valores obtidos para o RCA e o Peso dos produtos, pode-se, então, caracterizar a pauta de exportação segundo quatro níveis de competitividade: Estagnados, Sem Potencial Competitivo, Com Potencial Competitivo, e Competitivos ou Dinâmicos. Como ilustrado no Tabela 1, no quadrante relativo ao grupo de produtos Sem Potencial Competitivo enquadram-se aqueles que apresentam peso baixo e RCA baixo, ou seja, de acordo com Munduruca e Santana (2012), não são uma boa opção para políticas de fomento à exportação. O quadrante de produtos correspondente a Estagnados corresponde àqueles que apresentam peso alto e RCA baixo, na qual é necessária a adoção de políticas para aumentar sua competitividade, pois caso contrário, o próprio mercado tende a eliminá-lo.

Tab. 1

Modelo da matriz para determinação do nível de competitividade

		PESO	
		Alto	Baixo
RCA	Alto	Dinâmicos (Competitivos)	Com Potencial Competitivo
	Baixo	Estagnados	Sem Potencial Competitivo

Fonte: Munduruca e Santana (2012, p. 619).

Quanto ao quadrante relacionado ao grupo de produtos Competitivos ou Dinâmicos, eles possuem

peso alto e RCA alto e detém posição relativa confortável. Os produtos Com Potencial Competitivo, por outro lado, possuem peso baixo e RCA alto. Trata-se de produtos que embora possuam vantagens comparativas, não são exportados potencialmente como poderiam. Assim, os produtos Com Potencial Competitivo deveriam ser o foco prioritário das políticas de estímulo às exportações, uma vez que apresentam potencialidades positivas, podendo contribuir para o crescimento sustentável das exportações da região ou localidade (Munduruca, & Santana, 2012).

Este estudo, na seção 4.1, extraiu os valores dos produtos exportados por Brasil e Minas Gerais para o ano de 2012, e colocou em evidência os cinco principais produtos exportados por cada um deles, com o objetivo de observar qual a influência na pauta exportadora dos produtos de maior participação nessas regiões. Além disso, foram comparadas as participações dos produtos Competitivos, Estagnados, Com Potencial e Sem Potencial Competitivo no país e no estado. Após esse momento, para identificar semelhanças e diferenças de competitividade e observar possíveis oportunidades de diversificação da pauta, foram identificados, dentre os produtos Competitivos e Com Potencial Competitivo da pauta exportadora brasileira, quais seriam seus níveis de competitividade dentro das exportações de Minas Gerais.

A seção 4.2 traz uma análise da pauta exportadora de Minas Gerais, com foco na caracterização dos produtos Competitivos e Com Potencial Competitivo exportados pelo estado. Por fim, a seção 5.3 observa a distribuição desses produtos dentre os dezessete Territórios de Desenvolvimento, divisão proposta pelo governo de estado em 2015, apontando quais territórios detêm maior nível de competitividade, e identifica qual é o principal município exportador, qual o principal produto exportado e qual a competitividade desse produto na pauta do estado.

4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

4.1 Competitividade: Brasil e Minas Gerais

A presente seção tem como objetivo apresentar quais os produtos exportados por Minas Gerais que compõem o conjunto de produtos brasileiros Competitivos e Com Potencial Competitivo, bem como seus níveis de competitividade. Para tal fim, inicialmente apresentaremos algumas características

gerais relacionadas à exportação no Brasil e em Minas Gerais. Na sequência, investiga-se se os produtos exportados por Minas Gerais apresentam o mesmo nível de competitividade quando comparados com as exportações de produtos classificados como Competitivos e Com Potencial Competitivo na pauta brasileira.

Características gerais

As exportações brasileiras em 2012 alcançaram US\$ 242,58 bilhões, que correspondem a 1.185 produtos. Embora à primeira vista o número de produtos exportados seja significativo, observou-se elevada concentração da pauta, uma vez que os cinco principais produtos exportados pelo Brasil são *commodities* e responderam, em conjunto, por 36,6% do valor total da pauta (Tabela 2).

Tab. 2

Brasil: 5 produtos com maior valor exportado (2012)

HS-4 (a)	Produto	Valor exportado (b)	Particip. (%)
2601	Minério de ferro	30.989	12,8
2709	Petróleo cru	20.306	8,4
1201	Soja	17.455	7,2
1701	Açúcar <i>in natura</i>	12.845	5,3
0207	Carne de aves	6.948	2,9
Subtotal		88.543	36,6
Total exportado pelo Brasil		242.580	100,0

Nota: (a) Harmonized Code, desagregado em posição (4 dígitos); (b) Valores expressos em milhões de dólares dos Estados Unidos, na condição de venda de Free on Board, ou seja, preços definidos até a estação de embarque.

Fonte: Elaboração dos autores.

Minas Gerais, por sua vez, exportou 825 produtos, que somaram US\$ 33,43 milhões em 2012, representando 13,8% da pauta exportadora brasileira. Os valores dos cinco principais produtos exportados pelo estado corresponderam a 69,3% do valor da pauta mineira, indicando maior concentração da pauta mineira em comparação com a brasileira (Tabela 3).

Considerando a classificação proposta por Munduruca e Santana (2012), de modo geral é possível afirmar que os produtos Competitivos representaram uma maior parcela nas exportações do estado do que nas exportações brasileiras (90,2% contra 74,1%). Isso mostra que, principalmente no caso de Minas Gerais, a maioria do valor exportado é composta por produtos que já vêm sendo exportados com vantagem comparativa e apresentam bons resultados na pauta. Percebe-se, também, um valor

Tab. 3

Minas Gerais: 5 produtos com maior valor exportado (2012)

HS-4 (a)	Produto	Valor exportado (b)	Participação (%)
2601	Minério de Ferro	14.424	43,1
0901	Café	3.775	11,3
7202	Ferro-ligas	1.958	5,9
7108	Ouro	1.723	5,2
1701	Açúcar <i>in natura</i>	1.270	3,8
Subtotal		23.150	69,3
Total exportado por MG		33.429	100,0

Nota: (a) *Harmonized Code*, desagregado em posição (4 dígitos);
 (a) Valores expressos em milhões de dólares dos Estados Unidos, na condição de venda de *Free on Board*, ou seja, preços definidos até a estação de embarque.

Fonte: Elaborado pelos autores.

relativo maior de produtos Estagnados exportados na pauta do Brasil (14,8% contra 5,2% na pauta mineira), o que aponta para uma necessidade de ações de fomento para aumentar a competitividade desse grupo de produtos no comércio internacional (Figura. 1).

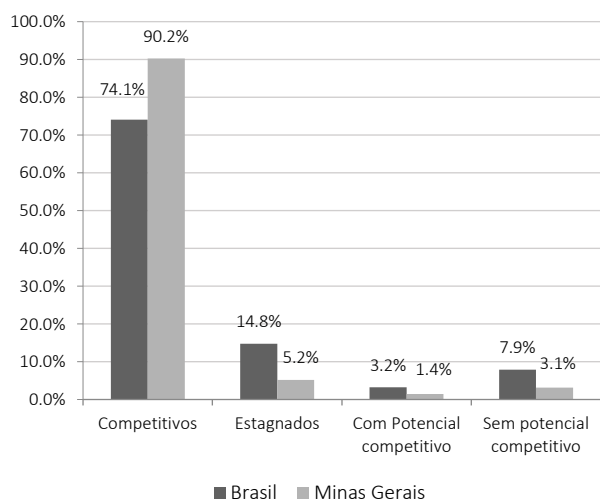


Fig. 1

Brasil e Minas Gerais: Caracterização da Pauta de Exportação segundo Grupos de Produtos (valores percentuais em US\$) 2012

Fonte: Elaborado pelos autores.

Os produtos classificados como Com Potencial Competitivo apresentaram maior participação nas exportações brasileiras (3,2% de participação contra 1,4% em Minas Gerais), o que mostra que o Brasil apresenta maiores possibilidades de ampliação do nível de competitividade de sua pauta. Os resultados obtidos confirmam que a pauta de Minas Gerais, assim como a pauta de exportação do Brasil, concentra-se em alguns poucos produtos dos setores extrativo-siderúrgico e agrícola, ou seja, *commodities*, e/ou produtos de baixa sofisticação.

Ademais, um aspecto preocupante revelado pelo estudo, é registrar-se para Minas Gerais menor diversidade de produtos classificados como Com Potencial Competitivo, em relação ao País. É importante ressaltar que, como o Brasil apresenta uma extensão maior que o estado, além de características mais variadas de clima, vegetação, cultura e industrialização, o fato dos resultados dessa pesquisa apontar menor diversificação da pauta de exportação do estado em comparação com o conjunto do Brasil, não chega a ser propriamente uma surpresa.

Produtos competitivos e com potencial competitivo da pauta exportadora brasileira e sua competitividade dentro das exportações de Minas Gerais

Nesta seção é analisado, primeiramente, o grupo de produtos considerado como Competitivos e, após, aqueles considerados na categoria Com Potencial Competitivo, enfocando-se a pauta de exportação do Brasil e de Minas Gerais, separadamente. A ideia é identificar eventuais semelhanças e diferenças desses dois grupos de produtos, em termos de seu nível de competitividade. Ou seja, verifica-se se os produtos exportados por Minas Gerais apresentam o mesmo nível de competitividade quando comparados com as exportações de produtos classificados como Competitivos e Com Potencial Competitivo na pauta brasileira.

Os 74 produtos considerados Competitivos da pauta de exportação brasileira somam o valor de US\$ 179,64 bilhões, que corresponde a 74,1% do total exportado pelo Brasil em 2012. Ao se considerar esses mesmos produtos no âmbito da pauta de exportação mineira, percebe-se que eles respondem por 80,6% (US\$ 26,93 bilhões), que é um percentual maior do que aquele registrado na pauta brasileira.

Porém, nem todos os produtos considerados Competitivos no caso da pauta exportadora brasileira são Competitivos no caso da pauta de Minas Gerais. Dentre os produtos classificados como Competitivos na pauta exportadora do Brasil, apenas 33,8% (25 produtos) também são Competitivos na pauta exportadora mineira, quando comparados no mesmo período, sendo os demais classificados como Estagnados, Com Potencial Competitivo, Sem Potencial Competitivo ou sequer foram exportados pelo estado em 2012 (Figure 2). Dessa forma, pode-se observar que mesmo que muitos produtos da

pauta brasileira sejam considerados Competitivos, vários dentre eles, quando se considera a pauta mineira, não apresentam o mesmo grau de competitividade (praticamente metade dos produtos foram considerados Sem Potencial Competitivo, por exemplo), ou sequer são exportados pelo estado.

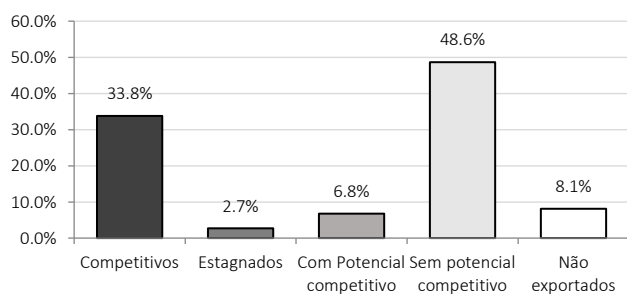


Fig. 2

Minas Gerais: Potencial Competitivo, dentro da Pauta Exportadora do Estado, do Grupo de Produtos Competitivos Brasileiros (2012).

Fonte: Elaborado pelos autores

Os 120 produtos classificados como Com Potencial Competitivo na pauta brasileira responderam por apenas 3,2% (US\$ 7,84 bilhões) do total da pauta em 2012. Quando analisados esses mesmos produtos na pauta mineira em mesmo período, registra-se que eles representam participação relativa de 2,9% (US\$ 956,90 milhões). Desses, apenas 15,0% também foram considerados Com Potencial Competitivo na pauta de Minas Gerais e 6,7% já são considerados Competitivos. Porém, a grande maioria é representada por produtos Sem Potencial Competitivo ou que não foram exportados pelo estado (Figure 3).

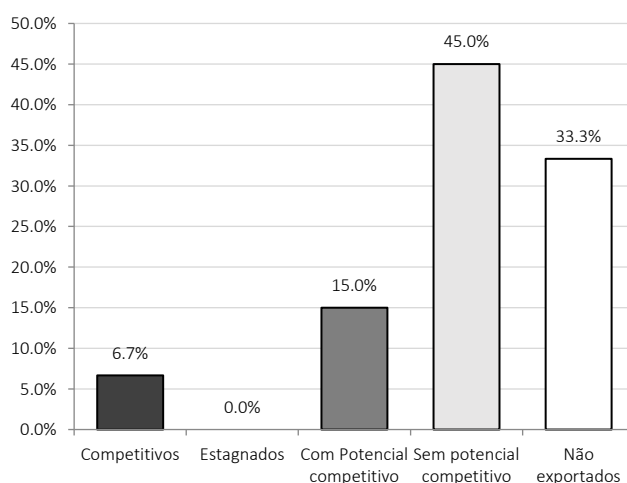


Fig. 3

Minas Gerais: Potencial Competitivo, dentro da Pauta Exportadora do Estado, do Grupo de Produtos Com Potencial Competitivo Brasileiros (2012)

Fonte: Elaborado pelos autores a partir da plataforma DataViva

Pode-se perceber que dentre os produtos Com Potencial Competitivo da pauta brasileira, alguns já são Competitivos nas exportações de Minas Gerais. Ou seja, além de possuírem vantagem comparativa, já possuem um peso significativo na pauta exportadora do estado. Porém, a grande maioria de produtos, 78,3%, foi classificada como Sem Potencial Competitivo ou não foram exportados.

Assim, o modelo proposto por Mundurucu e Santana (2012) mostra que Minas Gerais pode estar perdendo oportunidades de diversificar sua pauta exportadora, pois, como observado, muitos dos produtos Competitivos e Com Potencial Competitivo (ou seja, que possuem Vantagem Comparativa Revelada) exportados pelo conjunto do Brasil não apresentam o mesmo nível de competitividade quando se leva em conta apenas a pauta mineira. Deve-se procurar entender o porquê dessa diferença de competitividade, ou seja, se há alguma limitação ou barreira (física, cultural, política ou econômica) que impeça que Minas Gerais exporte esses produtos com o mesmo nível de competitividade.

Conforme citado anteriormente, o comércio internacional é um mecanismo capaz de impulsionar desenvolvimento econômico local. Portanto, caso haja condições favoráveis, o estado deve aproveitar um produto que já é considerado Competitivo na pauta brasileira para estimular suas exportações dentro da pauta de Minas Gerais e contribuir para seu ganho de competitividade. O produto Tratores, por exemplo, é classificado como Competitivo dentro da pauta de exportação brasileira e Sem Potencial na pauta mineira. Enquanto isso, os produtos Ácidos carboxílicos e Turbinas Hidráulicas são classificados como Com Potencial Competitivo dentro da pauta brasileira, porém, quando se leva em conta a pauta exportadora de Minas Gerais, o primeiro produto é classificado como Sem Potencial Competitivo e o segundo sequer é exportado pelo estado. A seguir, o trabalho realizará uma análise da pauta de exportação mineira, destacando os setores e participação dos principais produtos Competitivos e Com Potencial Competitivo exportados pelo estado.

4.2 Análise da pauta de exportadora mineira

Minas Gerais exportou, em 2014, um total de 854 produtos de acordo com o HS de 4 dígitos que representaram um valor total de US\$ 29,32 bilhões. Pode-se perceber grande concentração de exportação dos produtos dos setores extrativo-

siderúrgico e agrícola: os produtos Minérios de ferro, Café, Ferro-ligas, Ouro e Açúcar *in natura* corresponderam, juntos, a 69,2% de toda pauta. Os cinco principais produtos, se comparadas as exportações de Minas Gerais de 2012 com as de 2014, continuam na mesma posição do ranking dos produtos com maior peso na pauta. A pauta, no geral, continuou com os mesmos produtos predominantes (Tabela 4).

Tab. 4

Minas Gerais: 5 produtos com maior valor exportado (2014)

HS-4 (a)	Product	Value exported (b)	Share (%)
2601	Iron ores	12,232	41.7
0901	Coffee	4,115	14.0
7202	Ferro-alloys	1,735	5.9
7108	Gold	1,294	4.4
1701	Sugar cane in solid form	904	3.1
Subtotal		20,280	69.2
Total exported by Minas Gerais		29,321	100.0

Note. a) *Harmonized Code*, desagregado em posição (4 dígitos); (b) Valores expressos em milhões de dólares dos Estados Unidos, na condição de venda de *Free on Board*, ou seja, preços definidos até a estação de embarque.

Fonte: Elaborado pelos autores.

Pode-se perceber, mais uma vez, a predominância dos setores extrativo-siderúrgico e agrícola, pois os principais produtos Competitivos exportados

também foram Minérios de ferro, Café, Ferro-ligas, Ouro e Açúcar *in natura*. Porém, percebe-se a participação, mesmo que em menor valor, de alguns produtos de setores com maior conteúdo tecnológico, como, por exemplo, os produtos Caminhões de carga (1,0% de participação), Peça para motores (0,5%), e o produto químico Hidrogênio (0,8%). Como evidenciado anteriormente, observa-se diferenças nos níveis de competitividade quando comparamos as pautas exportadoras do Brasil e de Minas Gerais (Tabela 5).

Os 43 produtos Com Potencial Competitivo somaram o valor de US\$ 537,71 milhões, 1,8% do total exportado pelo estado em 2014 (Tabela 6).

Percebe-se uma diversificação maior entre os produtos Com Potencial Competitivo do que aquela presente entre os produtos Competitivos, já que se observa a predominância de produtos não só do setor mineral e agrícola, como também, de produtos de outros setores que, em muitos casos, apresentam um maior conteúdo tecnológico. Entre estes produtos podem ser destacados os Produtos químicos (Carbonetos e Enzimas, por exemplo) e os Artigos de pedra e outros materiais (Pedras de cantaria ou construção e Espelhos).

Tab. 5

Minas Gerais: 5 produtos Competitivos com maior valor exportado (2014)

HS-4 (a)	Produto	Valor exportado (b)	Participação (%)	Competitividade na pauta do Brasil
2601	Minério de Ferro	12.232	41,7	Competitivo
0901	Café	4.115	14	Competitivo
7202	Ferro-ligas	1.735	5,9	Competitivo
7108	Ouro	1.294	4,4	Estagnado
1701	Açúcar <i>in natura</i>	904	3,1	Competitivo
Subtotal		20.280	69,2	
Total		26.341	89,8	

Note: (a) *Harmonized Code*, desagregado em posição (4 dígitos); (b) Valores expressos em milhões de dólares dos Estados Unidos, na condição de venda de *Free on Board*, ou seja, preços definidos até a estação de embarque.

Fonte: Elaborado pelos autores.

Tab. 6

Minas Gerais: 5 produtos Com Potencial Competitivo com maior valor exportado (2014)

HS 4 (a)	Produto	Valor exportado (b)	Participação (%)	Competitividade na pauta do Brasil
0102	Animais vivos da espécie bovina	34	0,1	Competitivo
2849	Carbonetos	33	0,1	Com Potencial Competitivo
0206	Miúdos comestíveis	32	0,1	Competitivo
2504	Grafite	31	0,1	Com Potencial Competitivo
6802	Pedras de cantaria ou construção	29	0,1	Competitivo
Subtotal		159	0,5	
Total		538	1,8	

Note: (a) *Harmonized Code*, desagregado em posição (4 dígitos); (b) Valores expressos em milhões de dólares dos Estados Unidos, na condição de venda de *Free on Board*.

Fonte: Elaborado pelos autores.

Dessa forma, percebe-se que os produtos Com Potencial Competitivo da pauta de Minas Gerais apontam uma ótima oportunidade para fomentar o desenvolvimento espacial-local através de maior diversificação da pauta exportadora do estado. Suas exportações, conforme afirmado por Mundurucu e Santana (2012), podem e devem ser fomentadas, pois possuem vantagem comparativa revelada e baixa participação na pauta, além de apresentarem um número maior de setores e, em muitos dos casos, de maior conteúdo tecnológico do que os produtos Competitivos exportados pelo estado. A seguir, o trabalho identifica como os grupos de produtos considerados Competitivos e Com Potencial Competitivo se distribuem nos dezessete Territórios de Desenvolvimento do estado, classificação regional recentemente estabelecida pela Secretaria de Estado do Planejamento e Gestão de Minas Gerais.

4.3 Distribuição dos produtos competitivos e com potencial competitivo entre os dezessete territórios de desenvolvimento

Com o objetivo de elaborar e acompanhar as políticas públicas regionais de Minas Gerais, o governo do estado dividiu os 853 municípios do estado em dezessete Territórios de Desenvolvimento no intuito de promover maior descentralização das políticas públicas (MINAS GERAIS, 2015). A importância relativa de cada Território no conjunto das exportações do Estado pode ser visualizada na Tabela 7, que apresenta o percentual do valor exportado

pelo Território em relação ao total das exportações mineiras. A análise desses dados indica que o Território Metropolitano, com exportações de US\$ 14,28 bilhões, respondeu por 50,1% do valor total exportado por Minas Gerais.

O caráter concentrador das exportações mineiras em determinados territórios também se manifesta no âmbito do número de produtos exportados pelo Território. Dentre os 854 produtos exportados por Minas Gerais em 2014, 737 produtos foram exportados pelo Território Metropolitano, seguido pelo Território Sul (333), Triângulo Sul (222), e Oeste (156). Por outro lado, os Territórios Caparaó (10 produtos), Médio e Baixo Jequitinhonha (6), e o Alto Jequitinhonha (4), foram aqueles que apresentaram menor número de produtos exportados.

Em 2014 os 17 Territórios somaram US\$ 25,17 bilhões de produtos Competitivos, o que correspondeu 88,3% do valor total. Dessa forma, a participação dos Territórios no valor total das exportações mineiras e a sua participação no valor das exportações de produtos Competitivos apresentam percentuais aproximados.

Ao analisar o grupo de produtos como Com Potencial Competitivo observou-se também, concentração em poucos Territórios, sendo o Metropolitano aquele que obteve maior número. Regiões carentes em produtos Competitivos, como Vale do Rio Doce, Alto Jequitinhonha e Caparaó, também apresentaram poucos produtos Com

Tab. 7

Minas Gerais: Participação dos Territórios de Desenvolvimento no Total Exportado na Exportação de produtos Competitivos e Com Potencial Competitivo (2014)

Território de Desenvolvimento	Total Exportado (%)	Competitivos (%)	Com Potencial Competitivo (%)
1- Noroeste	3.1	3.4	3.5
2- Norte	2.8	1.2	5.6
3- Médio/Baixo Jequitinhonha	0.1	0.1	2.2
4- Mucuri	0.3	0.3	0.3
5- Alto Jequitinhonha	0.0	0.0	0.2
6- Central	0.2	0.1	0.3
7- Vale do Rio Doce	0.1	0.1	0.0
8- Vale do Aço	3.4	3.1	1.0
9- Metropolitano	50.1	50.2	41.3
10- Oeste	1.5	1.1	8.7
11- Caparaó	1.3	1.4	0.0
12- Mata	1.0	0.8	3.4
13- Vertentes	7.4	8.0	6.8
14- Sul	9.3	9.0	6.6
15- Sudoeste	3.7	4.1	0.2
16- Triângulo Norte	4.5	4.5	11.4
17- Triângulo Sul	11.4	12.4	8.6

Fonte: Elaborado pelos autores.

Potencial Competitivo. Além disso, alguns Territórios que apresentavam uma posição relativamente maior nas outras análises, como o Sudoeste e o Vale do Aço, apresentaram um número baixo de produtos Com Potencial Competitivo - dois e três, respectivamente.

A concentração desse grupo no Território Metropolitano continuou, porém, de forma um pouco mais suave (41,3%) do que aquela registrada no valor total exportado pelo estado. Isso mostra que, em termos de produtos Com Potencial Competitivo exportados, há um valor maior distribuído em regiões diferentes do Metropolitano, ou seja, há maior descentralização, o que possibilita o desenvolvimento do comércio internacional de Territórios que ainda possuem pouca participação nas exportações de mineiras. Além disso, há a presença de Territórios que atingiram uma posição no ranking de maior participação que não foi observada nos outros estudos, como, por exemplo, o Triângulo Norte como o segundo principal Território, com 11,4% das exportações, e o Norte, Mata e Médio e Baixo Jequitinhonha – que apresentaram posições significativamente melhores nas exportações de produtos Com Potencial Competitivo.

Portanto, a utilização da teoria ricardiana de Vantagens Comparativas Reveladas e do peso das exportações na pauta possibilitam chamar a atenção para pelo menos dois aspectos relevantes acerca do perfil das exportações dos Territórios de Desenvolvimento de Minas Gerais. Primeiramente, confirma-se que o Território Metropolitano, no que diz respeito às exportações, apresenta-se como o

mais importante, do ponto de vista do valor exportado e do número de produtos exportados.

O segundo ponto é que, ao se desagregar os produtos classificados como Competitivos na pauta de exportação de Minas Gerais em 2014, os resultados do estudo revelam, de um lado, o protagonismo do Território Metropolitano (que exportou 37 dentre os 39 produtos considerados Competitivos); e de outro apontam para o fato de que os Territórios com pequena participação no valor total exportado pelo estado – são também aqueles que detêm reduzido número de produtos classificados como Competitivos. Os Territórios Médio e Baixo Jequitinhonha, e Vale do Rio Doce exportaram dois produtos Competitivos; e os Territórios do Alto Jequitinhonha e Caparaó, exportaram apenas um produto Competitivo, por exemplo.

Por outro lado, tomando-se o valor exportado de produtos Com Potencial Competitivo, observou-se que alguns Territórios apresentam parcelas maiores que aquelas observadas no total exportado por Minas Gerais. Assim, além de estimularem o crescimento e a diversificação econômica, elas podem, também, reduzir as disparidades regionais do estado ao estimular o comércio internacional de Territórios que ainda apresentam pouco valor exportado. A Tabela 8, a seguir, ilustra, por Território a variedade de setores e produtos e a predominância dos produtos com maior peso na pauta exportadora do estado, como o Minério de ferro e o Café.

Tab. 8

Minas Gerais: Principais municípios exportadores e produtos por 17 Territórios de Desenvolvimento (2014)

Território de Desenvolvimento	Principal Município Exportador	Principal Produto Exportado	Competitividade na pauta exportadora de MG
1- Noroeste	Paracatu	Gold	Competitive
2- Norte	Montes Claros	Packed medicaments	Stagnant
3- Médio e Baixo Jequitinhonha	Medina	Granite	Competitive
4- Mucuri	Nanuque	Meat of bovine animals	Competitive
5- Alto Jequitinhonha	Diamantina	Diamonds	Without competitive potential
6- Central	Três Marias	Zinc	Competitive
7- Vale do Rio Doce	Governador Valadares	Precious stones	Competitive
8- Vale do Aço	Belo Oriente	Chemical wood pulp, soda or sulfate	Competitive
9- Metropolitano	Nova Lima	Iron ores	Competitive
10- Oeste	Itaúna	Iron ores	Competitive
11- Caparaó	Matipó	Coffee	Competitive
12- Mata	Santos Dumont	Hydrogen	Competitive
13- Vertentes	Congonhas	Iron ores	Competitive
14- Sul	Varginha	Coffee	Competitive
15- Sudoeste	Guaxupé	Coffee	Competitive
16- Triângulo Norte	Araguari	Coffee	Competitive
17- Triângulo Sul	Araxá	Ferro-alloys	Competitive

Fonte: Elaborado pelos autores.

Dessa forma, pode-se observar que cada Território de Desenvolvimento apresenta níveis de competitividade diferentes entre seus produtos exportados e, como observado, alguns setores apresentam mais participação que outros na pauta exportadora de cada região. Por exemplo, enquanto o Território Sul apresenta o Café como principal produto Competitivo de sua pauta exportadora, as exportações do Território Vale do Rio Doce são majoritariamente compostas pelos produtos Granito e Pedras preciosas, e as exportações do Território Mucuri compõem-se, principalmente, pela comercialização de Carne bovina e Pedras preciosas. Ao levar-se em conta a importância das exportações e das vantagens comparativas para o desenvolvimento econômico, sugere-se que políticas públicas regionais que desejem impulsionar a economia desses Territórios devem, então, levar em conta as peculiaridades do comércio internacional de cada região, para compreender quais setores já estão consolidados e quais ainda necessitam ser estimulados.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho utilizou-se do Índice de Vantagem Comparativa Revelada (RCA) - desenvolvido por Balassa (1965) e baseado na teoria de Ricardo (1817) - e do peso das exportações, conforme matriz proposta por Mundurucu e Santana (2012), para caracterizar o nível de competitividade da pauta exportadora de Minas Gerais, além de compará-la à pauta brasileira e observar sua distribuição nos 17 Territórios de Desenvolvimento do estado. Dessa forma, ele contribuiu para a discussão teórica do comércio internacional ao apontar a relação das exportações com o desenvolvimento econômico. Além disso, ao dividir a pauta em quatro níveis de competitividade, o trabalho apontou possíveis setores e produtos que poderiam ter suas exportações estimuladas. Ele endossou a importância da teoria ricardiana para a economia mineira e para o apontamento de possíveis políticas públicas para impulsionar a economia. Por fim, como o trabalho abordou a perspectiva do comércio internacional, não foram levadas em conta eventuais potencialidades econômicas do estado ligadas ao setor terciário ou ao mercado interno.

Pode-se observar que os produtos Competitivos (de alto RCA e alto peso nas exportações) da pauta do Brasil não apresentam, necessariamente, o mesmo

nível de competitividade quando se levam em conta as exportações mineiras. Essa mesma disparidade foi observada nas exportações de produtos Com Potencial Competitivo (de alto RCA e baixo peso nas exportações). Assim, o trabalho aponta necessidade de compreender, futuramente, o porquê dessas diferenças de nível de competitividade.

Caso não haja barreiras ou limitações físicas, econômicas ou políticas à sua exportação, produtos já classificados como Competitivos e Com Potencial Competitivo na pauta brasileira podem ser alvo de políticas públicas de fomento às exportações dentro de Minas Gerais, o que possibilitaria a ampliação e diversificação do comércio internacional do estado. Ademais, quando se levam em conta os produtos mineiros Com Potencial Competitivo, observa-se uma variedade maior de produtos de setores que, muitas vezes, apresentam maior conteúdo tecnológico que os produtos já considerados como Competitivos na pauta exportadora do estado. Foi observada a presença mais significativa dos setores de produtos químicos, artigos de pedra e outros materiais, artigos diversos e transportes. Assim, é demonstrada a importância dos produtos Com Potencial Competitivo para a diversificação da pauta exportadora, já que o fomento de suas exportações aponta para uma expansão sustentável das exportações, como propriamente dito por Mundurucu e Santana (2012), e poderia estimular a participação de setores diferentes e mais complexos na pauta de Minas Gerais, o que também possibilitaria a redução da concentração dos setores extrativo-siderúrgico e agrícola na pauta.

A matriz proposta por Mundurucu e Santana (2012) possibilitou o apontamento de uma grande disparidade tanto em número quanto em valor exportado dos Territórios, mostrando uma grande concentração no Território Metropolitano, que exportou praticamente todos os produtos da pauta de Minas Gerais e foi responsável por cerca da metade das exportações no período estudado. Enquanto isso, Territórios localizados mais ao nordeste do estado, como Médio e Baixo Jequitinhonha, Vale do Rio Doce, Mucuri e Alto Jequitinhonha, apresentaram valores extremamente baixos para o total exportado pelo estado. Essa mesma concentração foi observada nas exportações dos produtos Competitivos e foi apenas mais tênue no estudo dos valores dos produtos Com Potencial Competitivo exportados pelos Territórios.

O planejamento de políticas de desenvolvimento regional deve atentar-se aos Territórios que ainda não possuem tradição exportadora, pois, como explicitado no trabalho, são essas as regiões mais carentes em competitividade no estado e, dessa forma, necessitam dessas políticas para alavancar suas exportações. Porém, uma política pública de desenvolvimento econômico equânime para todo o estado não necessariamente exige que todas as regiões tenham a mesma diversificação de pauta exportadora. Deve-se estar atento às vantagens comparativas em cada região e às relações entre essas regiões no que tange às suas participações nas cadeias produtivas. Uma política de desenvolvimento do estado deve promover os potenciais produtivos de cada região.

Os produtos Com Potencial Competitivo apresentaram uma concentração territorial menor quando comparado à exportação de produtos Competitivos ou ao valor total exportado por Minas Gerais. Assim, o aumento da participação de produtos dessa classificação na pauta exportadora aponta-se como boa opção para as políticas públicas, pois possibilitam um crescimento mais descentralizado. Dessa forma, ao observar a distribuição do valor exportado de produtos Com Potencial Competitivo, percebem-se oportunidades de diversificação da pauta exportadora em regiões que ainda não apresentam grande participação no total exportado pelo estado.

A teoria ricardiana de vantagens comparativas viabiliza, então, a elaboração de políticas capazes de estimular as exportações de diferentes setores e dos Territórios de Desenvolvimento de Minas Gerais que apresentam baixa participação na pauta exportadora, através da comercialização dos produtos definidos como Com Potencial Competitivo. Dessa forma, será possível buscar um estado com um comércio internacional rico, diverso e mais homogêneo entre seus Territórios.

6. REFERÊNCIAS

- Balassa, B. (1965). Trade Liberalisation and "Revealed" Comparative Advantage. *The Manchester School*, 33(2), pp. 99-123.
- Cassano, F. (2002). A teoria econômica e o comércio internacional. *Pesquisa & Debate*, 13(1), pp.112-128.
- Gabinete de Planejamento, Estratégia, Avaliação e Relações Internacionais. (2010). Vantagens comparativas reveladas do comércio internacional português por grupos de produtos. *Boletim Mensal de Economia Portuguesa*, 3(12), pp. 39-46.
- Gil, A. C. (2008). *Métodos e técnicas de pesquisa social*. São Paulo: Atlas.
- Hausmann, R., Hidalgo, C., Bustos, S., Coscia, M., Simoes, A. and Yildirim, M. (2007). *Atlas of Economic Complexity*. Cambridge: The MIT Press.
- Jones, R., & Neary, P. (1984). The positive theory of international trade. In Jones, R., & Kenen, P. (Ed.). *Handbook of International Economics*, 1, Amsterdam: North-Holland, pp. 48-53.
- Massachusetts Institute of Technology. (2012). *Observatory of Economic Complexity*. Retrieved 15 September, 2015, from <http://atlas.media.mit.edu/en/profile/hs92/4703>.
- Mcierney, R., & Barrows, D. (2002). Management tools for creating government responsiveness: The liquor control board of Ontario as a context for creating change. *The Public Sector Innovation Journal*, 7(3).
- Minas Gerais. Secretaria de Estado de Governo. (2015). *Pimentel lança Fóruns Regionais para assegurar participação popular na gestão estadual*: Iniciativa pretende criar canais de diálogo com a sociedade para um melhor planejamento de políticas regionalizadas. Recuperado em 12 setembro, 2015, de <http://controladoriageral.mg.gov.br/ajuda/page/202-pimentel-lanca-foruns-regionais-para-assegurar-participacao-popular-na-gestao-estadual>.
- Munduruca, D. F. V., & Santana, J. R. (2012). Comércio exterior como estratégia de crescimento econômico: Uma proposta de priorização de produtos exportáveis para a economia sergipana. *Revista Econômica do Nordeste*, 43(3), pp. 611-630.
- Posner, M.V. International trade and technical change. (1961). *Oxford Economic Papers*, 13, pp. 323-341.
- Ricardo, D. (1817). *On the principles of political economy and taxation*: London: J. Murray. publisher not identified.
- Vernon, R. (1966). International investment trade in the product cycle. *Quarterly Journal of Economics*, 80(2), pp. 190-207.

Sobre os autores

- **Felipe Vasconcelos** é Especialista em Políticas Públicas e Gestão Governamental em Minas Gerais, graduado em Administração Pública pela Fundação João Pinheiro e pós-graduado em Gestão Logística e Análise em Comércio Exterior pela ABRACOMEX, possui interesse nos temas de Administração Pública, Economia e Negócios Internacionais.. E-mail: felipelopesvv@gmail.com
- **Elisa Rocha** possui Doutorado em Ciências da Informação pela Universidade Federal de Minas Gerais, mestrado em Economia pela Universidade Federal de Viçosa e graduação em Ciências Econômicas pela PUC-MG. Assessora-chefe da Assessoria de Gestão do Conhecimento da Fundação João Pinheiro. Pesquisadora e professora do Programa de Mestrado em Administração Pública e do Curso Superior de Administração Pública. E-mail: elisamprocha@gmail.com
- **Jane Carvalhais** é Graduada em Ciências Econômicas pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, mestre em Economia Aplicada pela Universidade Federal de Viçosa, doutora em Ciências Sociais pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. Professora da Faculdade de Políticas Públicas da Universidade do Estado de Minas Gerais (Fapp/UEMG). E-mail: teianc@gmail.com

Level of competitiveness of products exported by Minas Gerais

Felipe Lopes Vieira Vasconcelos^A, Elisa Maria Pinto da Rocha^A and Jane Noronha Carvalhais^B

^AFundação João Pinheiro - FJP, Belo Horizonte, Minas Gerais, Brazil

^BUniversidade do Estado de Minas Gerais - FaPP/UEMG, BH, Minas Gerais, Brazil

ARTICLE DETAILS	ABSTRACT
Article history: Received June 1st 2016 Accepted June 26th 2017 Available online in August 31th 2017 Double Blind Review System Scientific Editor Ilán Avrighir	This work seeks to understand the level of competitiveness of products exported by Minas Gerais, identifying the sectors in the state as well as those that need public policies to promote exports. A descriptive and exploratory approach is used, which provides an overview of some of the main ideas that concern international trade, showing its importance for the economic development of a state. Documentary research was also done to explore data and information provided by the platform DataViva. Exported goods were grouped by the combination of the variables in the revealed comparative advantage (RCA) index. This work aims to reinforce the importance of international trade and Ricardian theory for the economic development of Minas Gerais. The results show that the products exported, when compared to the products considered “competitive” and “with competitive potential” in Brazil’s exports, do not present, by and large, the same levels of competitiveness; therefore, many of these products should have their export stimulated. In addition, products with competitive potential exported by Minas Gerais are important targets for policies to promote exports.
Keywords: DataViva Exports Competitiveness Competitive potential Minas Gerais	© 2017 Internext ESPM. All rights reserved!

Para citar este artigo:

Vasconcelos, F. L. V., Rocha, E. M. P. and Carvalhais, J. N. (2017) Level of competitiveness of products exported by Minas Gerais. *Internext - Revista Eletrônica de Negócios Internacionais*, 12 (2), 17-30. DOI: <http://dx.doi.org/10.18568/1980-4865.12217-30>

Para acessar este artigo: <http://dx.doi.org/10.18568/1980-4865.12217-30>