



**FCCE**

FEDERAÇÃO DAS CÂMARAS DE COMÉRCIO EXTERIOR  
FOREIGN TRADE CHAMBERS FEDERATION



Seminário Bilateral de  
Comércio Exterior e Investimentos

**BRASIL**  **ITÁLIA**

21 de novembro de 2005



ELEVAR A COMPETITIVIDADE  
DOS PRODUTOS BRASILEIROS NO EXTERIOR.  
ESSE É O TRABALHO DO BNDES-exim.

Com o apoio do **BNDES-exim**, os exportadores brasileiros estão ganhando o mundo. O **BNDES-exim** é o mais importante instrumento de financiamento às exportações do país, tendo financiado nos últimos 5 anos mais de US\$ 20 bilhões. Ao financiar empresas nacionais de todos os tamanhos, o **BNDES-exim** tem contribuído para aumentar a competitividade dos nossos produtos no exterior. **BNDES-exim**. Há 15 anos o grande parceiro dos exportadores brasileiros.



[www.bndes.gov.br](http://www.bndes.gov.br)

Ministério do  
Desenvolvimento, Indústria  
e Comércio Exterior



112 BI  
EXPORTAÇÃO



# **FCCE**

**FEDERAÇÃO DAS CÂMARAS  
DE COMÉRCIO EXTERIOR**

**FOREIGN TRADE CHAMBERS  
FEDERATION**

**FÉDÉRATION DES CHAMBRES  
DE COMMERCE EXTÉRIEUR**

**FEDERACIÓN DE LAS CÁMARAS  
DE COMERCIO EXTERIOR**



## **FEDERAÇÃO DAS CÂMARAS DE COMÉRCIO EXTERIOR** **FOREIGN TRADE CHAMBERS FEDERATION**

A FCCE é a mais antiga Associação de Classe dedicada exclusivamente às atividades de Comércio Exterior.

Fundada no ano de 1950, pelo empresário João Daudt de Oliveira (a ele se deve, 5 anos antes, a fundação da Confederação Nacional do Comércio – CNC), a FCCE opera ininterruptamente, há mais de 50 anos, incentivando e apoiando o trabalho das Câmaras de Comércio Bilaterais, Consulados Estrangeiros, Conselhos Empresariais e Comissões Mistas a nível federal.

A FCCE, por força do seu Estatuto, tem âmbito Nacional, possuindo Vice-Presidentes Regionais em diversos Estados da Federação, operando também no plano internacional, através “Convênios de Cooperação” firmados com diversos organismos da mais alta credibilidade e tradição, a exemplo da International Chamber of Commerce (Câmara de Comércio Internacional – CCI), fundada em 1919, com sede em Paris e que possui mais de 80 Comitês Nacionais, nos 5 continentes, além de operar a mais importante “Corte Internacional de Arbitragem” do mundo, fundada no ano de 1923.

A FEDERAÇÃO DAS CÂMARAS DE COMÉRCIO EXTERIOR tem sua sede na Avenida General Justo no 307, Rio de Janeiro, (Edifício da Confederação Nacional do Comércio – CNC) e mantém com essa entidade, há quase duas décadas “Convênio de Suporte Administrativo e Protocolo de Cooperação Mútua”.

Em passado recente a FEDERAÇÃO DAS CÂMARAS DE COMÉRCIO EXTERIOR – FCCE assinou Convênio com o CONSELHO DE CÂMARAS DE COMÉRCIO DAS AMÉRICAS, organismo que representa as Câmaras de Comércio Bilaterais dos seguintes países: ARGENTINA, BOLÍVIA, CANADÁ, CHILE, CUBA, EQUADOR, MÉXICO, PARAGUAI, SURINAME, URUGUAI, TRINIDAD E TOBAGO e VENEZUELA.

Além de várias dezenas de Câmaras de Comércio Bilaterais filiadas à FCCE em todo o Brasil, fazem parte da Diretoria atual, os Presidentes das Câmaras de Comércio: Brasil-Grécia, Brasil-Paraguai, Brasil-Rússia, Brasil-Eslováquia, Brasil-República Tcheca, Brasil-México, Brasil-Belarus, Brasil-Portugal, Brasil-Líbano, Brasil-Índia, Brasil-China, Brasil-Tailândia, Brasil-Itália e Brasil e Indonésia, além do Presidente do Comitê Brasileiro da Câmara de Comércio Internacional, o Presidente da Associação Brasileira das Empresas Comerciais Exportadoras – ABECE, o Presidente da Associação Brasileira da Indústria Ferroviária – ABIFER, o Presidente da Associação Brasileira dos Terminais de Containers, o Presidente do Sindicato das Indústrias Mecânicas e Material Elétrico, entre outros. Some-se, ainda, a presença de diversos Cônsules e diplomatas estrangeiros, dentre os quais o Cônsul-Geral da República do Gabão, o Cônsuldo Sri Lanka (antigo "Ceilão"), e o Ministro Conselheiro-Comercial da Embaixada de Portugal.



# FCCE

## Diretoria 2003/2006

### Presidente

JOÃO AUGUSTO DE SOUZA LIMA

### 1º Vice-Presidente

PAULO FERNANDO MARCONDES FERRAZ

### Vice-Presidentes

Gilberto Ferreira Ramos

Joaquim Ferreira Mângia

José Augusto de Castro

Ricardo Vieira Ferreira Martins

Antonio Carlos M. Bonetti – São Paulo

Sohaku R. C. Bastos – Bahia

Claudio Chaves – Norte

### Diretores

Diana Vianna de Souza

Alberto Vieira Ribeiro

Alexander Zhebit

Alexandre Adriani Cardoso

André Baudru

Antonio Augusto de Oliveira Helayel

Arlindo Catoia Varela

Augusto Tasso Fragoso Pires

Bruno Bastos Lima Rocha

Carlos Fernando Maya Ferreira

Cassio José Monteiro França

Cesar Moreira

Charles Andrew T'ang

Claudio Fulchignoni

Daniel André Sauer

Jeferson Malachini Barroso

José Paulo Garcia de Pinho

Juan Clinton Llerena

Luis Cesario Amaro da Silveira

Marcio Eduardo Sette Fortes de Almeida

Mariano Marcondes Ferraz

Oswaldo Trigueiros Junior

Raffaele Di Luca

Ricardo Stern

Roberto A. Nóbrega

Ronaldo Augusto da Matta

Sergio Salomão

Stefan Janczukowicz

### Conselho Fiscal (Titulares)

Delio Urpia de Seixas

Elysio de Oliveira Belchior

Walter Xavier Sarmiento

# A contribuição definitiva

Na Itália do final do Século XIX, as lutas políticas do processo de unificação e a concentração da propriedade da terra tornaram-se elementos de expulsão da mão-de-obra. O excesso de demanda por trabalho encontrou no continente americano a oferta desejada.

O Brasil gradativamente caminhava para a abolição definitiva da escravidão. A Inglaterra conseguira, por imposição, pressionar pelo fim do tráfico negreiro, por meio do *Bill Aberdeen*. O Brasil, por meio da Lei Euzébio de Queiroz, decidiu pelo fim do tráfico. Outras leis como a do Ventre Livre e a dos Sexagenários indicavam que, se a abolição era considerada como certa, uma alternativa à mão-de-obra escrava era considerada como necessária. O Brasil deixava para trás uma fracassada experiência de imigração baseada no sistema de parceria, assentada no endividamento do imigrante, e iniciava a imigração subvencionada, na qual, as despesas de viagem do imigrante e dos familiares eram pagas pelo governo brasileiro. Se, por um lado, o Brasil aumentava o incentivo à atração de mão-de-obra estrangeira, por outro, as medidas adotadas pelos Estados Unidos restringindo a imigração contribuíram para destinar para o Brasil um elevado número de estrangeiros. A Itália forneceu o maior contingente. Em 1888, cerca de 200.000 italianos desembarcaram no Brasil. Sua contribuição seria definitiva para o desenvolvimento do campo e da indústria.

Hoje, a presença de 25 milhões de descendentes de italianos no Brasil confere ao relacionamento bilateral caráter particular, tendo em vista as afinidades existentes. Os antigos laços fraternos que uniam Brasil e Itália, solidificaram laços econômicos e comerciais. O diálogo é permanente. A visita do Chanceler Celso Amorim, realizada em 2003, foi seguida pela recente visita ao Brasil, em 2005, do Ministro dos Negócios Estrangeiros da Itália, Gianfranco Fini, e pela visita à Itália do Presidente Lula.

Durante a visita do Presidente Luiz Inácio Lula da Silva à Itália, em outubro de 2005, na sede da Confederação Italiana das Indústrias, foi assinado um protocolo de apoio e colaboração recíproca a pequenas e médias empresas. Naquele encontro, foi declarado o grande interesse dos empresários italianos em investir em infra-estrutura no Brasil. Com o fito de ampliar investimentos italianos no território brasileiro, uma grande missão de empresários foi agendada para vir ao Brasil em março de 2006.

Antecipando-se à vinda da missão empresarial italiana e dando seguimento aos objetivos do Governo Federal, expressos durante as visitas oficiais, a FEDERAÇÃO DAS CÂMARAS DE COMÉRCIO EXTERIOR – FCCE, realizou, no Rio de Janeiro, em 21 de novembro de 2005, o Seminário Bilateral de Comércio Exterior e Investimentos Brasil-Itália. Painéis específicos sobre a ampliação do comércio exterior, oportunidades de investimentos, PPPs, cooperação e parcerias apresentaram as possibilidades de efetiva ampliação dos investimentos, da corrente de comércio e da cooperação econômica bilateral. Se há espaço para crescer e potencialidades a serem aproveitadas, o Brasil está atento a elas.

Boa leitura.

O EDITOR

AP010



## Expediente

### Produção

Agência Brasileira de Imprensa  
Diretores: Eduardo Teixeira e  
Maurice Stéphane Habib  
Tel.: 55 21 2252 9244  
e-mail: eduardo.teixeira@abrapress.com.br

### Editor

O coordenador da FCCE

### Textos e Reportagens

Elias Fajardo  
José Antonio Nonato  
Marlene Custódio  
Gabriel Fonseca

### Projeto Gráfico, Editoração e Arte

Estopim Comunicação  
Tel.: 55 21 2518 7715  
e-mail: estopim@estopim.com

### Revisão

Rozane de Souza

### Fotografia

Christina Bocayuva

As opiniões emitidas nesta revista são de responsabilidade de seus autores. É permitida a reprodução dos textos, desde que citada a fonte.

**6** ENTREVISTA

“Saneamento é um direito de todos os brasileiros”

**37** COMÉRCIO

Consumidor europeu simpatiza com o Brasil e com seus produtos

**14** ABERTURA

Problemas e soluções nas relações entre Brasil e Itália

**16** PAINEL I

Comércio bilateral com boas possibilidades de crescimento



Integração: um objetivo a ser alcançado

**20** PAINEL II

Parcerias Público-Privadas para o crescimento sustentável



Cooperação no saneamento básico e na telefonia

**27** PAINEL III

Moda e lazer estreitam o comércio entre Brasil e Itália

**30** ENCERRAMENTO

Seminários contribuem para disseminar a cultura exportadora

**33** NEGÓCIOS

Dois países que andam na moda

**39** CULTURA

As máscaras de Veneza

**49** TURISMO

Turismo, uma opção para o desenvolvimento brasileiro

**52** EMPRESA

Grimaldi: Vinte e oito anos de sucesso nas águas do Brasil



Estabilidade monetária permite ao Brasil maior desenvolvimento

**56** EM PAUTA

Santo Sepulcro: o cuidado com os cristãos no mundo inteiro

**59** INTERCÂMBIO

Burocracia: uma grande inimiga do comércio entre Brasil e Itália

**61** COMUNICAÇÃO

A trajetória da TIM no Brasil

**71** CURTAS

# “Saneamento é um direito de todos os brasileiros”

*Secretário Nacional de Saneamento Ambiental do Ministério das Cidades ressalta a importância de convênios de cooperação entre Brasil e Itália*

O Secretário Nacional de Saneamento Ambiental, Abelardo de Oliveira Filho, acredita que a criação do Ministério das Cidades, uma das inovações do Governo do Presidente Luiz Inácio Lula da Silva, tem possibilitado aos técnicos atuar de maneira mais efetiva e atacar aquele que é considerado um dos principais problemas urbanos brasileiros: o saneamento. Um dos grandes desafios do atual governo é exatamente o de fazer com que o saneamento esteja ao alcance de um número cada vez maior de pessoas. Segundo Abelardo de Oliveira, este setor não tem sido objeto de políticas públicas há mais de vinte anos.

Engenheiro civil e sanitarista com trinta anos de atuação, o Secretário Nacional de Saneamento afirma que os indicadores atuais nesta área são vergonhosos. Os responsáveis por esta situação, segundo ele, são a ausência de uma política nacional de saneamento ambiental e a falta de prioridades dos investimentos, particularmente na última década. O secretário acha que os convênios recentemente firmados entre governo e empresas italianas poderão contribuir para promover avanços significativos no setor, já que os italianos são especialistas em tratamento de águas pluviais.

## **Como o senhor analisa o atual estágio do setor de saneamento no Brasil?**

AOF – O assunto tem merecido toda a atenção do Ministério das Cidades, mas a herança que recebemos é desastrosa. Cerca de 45 milhões de pessoas não têm acesso a água potável e outros 90 milhões, ou

seja, cerca da metade da população do país, não é atendida por rede de esgoto sanitário. Isso é uma verdadeira tragédia, pois, em pleno século XXI, os brasileiros se deparam com um problema que grande parte dos países em desenvolvimento já resolveu há algum tempo.







## Qual tem sido a atuação do Ministério das Cidades para resolver este problema?

AOF – O nosso governo está enfrentando este desafio e elaborou, com a participação do setor de saneamento e da sociedade, o Projeto de Lei 5296/05, que institui o marco regulatório para o setor e cria também a Política Nacional de Saneamento Ambiental. Desde maio de 2005, este Projeto de Lei encontra-se no Congresso, a quem cabe trabalhar para aprová-lo o mais rápido possível, porque o país tem urgência com relação a esta matéria. Há mais de 20 anos não existem regras para o saneamento, o que provoca uma série de problemas de ineficiência e de falta de transparência na prestação do serviço e na aplicação dos recursos, o que é um outro desafio.

## Além da falta de uma política pública para o setor, que outros fatores contribuíram para a atual situação do saneamento no Brasil?

AOF – A falta de financiamentos. Os investimentos estavam praticamente paralisados. Não se utilizavam os recursos do Fundo de Garantia por Tempo de Serviço – FGTS, que é a principal fonte de recursos para o setor. O FGTS foi criado com o objetivo fundamental de fazer investimentos na área de infra-estrutura urbana, particularmente habitação e saneamento. Em 2003 e 2004, o Governo do Presidente Lula contratou cerca de R\$ 4,1 bilhões, envolvendo R\$ 500 milhões do Fundo de Amparo ao Trabalhador – FAT, recursos que também não estavam sendo utilizados. Para o biênio 2005/2006, o presidente já autorizou a liberação de mais R\$ 2,2 bilhões para o setor público, incluindo mais R\$ 1,28 bilhão para o setor privado. O governo conseguiu inserir na Medida Provisória 255 uma reivindicação histórica do setor privado, que era permitir a arbitragem, como está previsto na lei das Parcerias Público Privadas – PPPs, e também que os recursos recebíveis sejam dados como garantia.

## Quais são os grandes entraves que o setor privado aponta como impe-



*“O FGTS foi criado para possibilitar investimentos em infra-estrutura urbana, particularmente habitação e saneamento”*

## dimento para realizar maiores investimentos nesta área?

AOF – Um dos maiores problemas para o setor privado tem sido a não concordância com as exigências dos bancos. As empresas não vinham utilizando um recurso barato, e que estava disponível, por não concordarem com as exigências que eram feitas, na minha opinião corretamente, pelos agentes financeiros. Os bancos exigiam que o aval fosse dado pela empresa, pela matriz, que, por sua vez, não queria dar esta segurança. Com a aprovação da Medida Provisória que autoriza os recebíveis como garantia, este problema, que parecia intransponível, está sanado.

## Como será feito o controle, por parte do governo, na prestação destes serviços?

AOF – Este é outro desafio importante que estamos enfrentando e, para vencê-lo, vamos cobrar eficiência e eficácia nos gastos públicos. Estamos exigindo acordos de melhorias de desempenho, com indicadores feitos pelo próprio prestador. Não cabe ao governo definir as metas que a empresa quer atingir, mas os desembolsos estarão condicionados ao cumprimento do acor-

do. Nós instituímos, nesse novo programa, um mecanismo de valorização da eficiência não só na construção da obra e dos empreendimentos, mas também na própria prestação do serviço combinado.

## Como o Ministério das Cidades trabalhou para o estabelecimento do marco regulatório para o saneamento?

AOF – É um assunto complexo que exigiu dos técnicos a busca de um entendimento com o setor e com a própria sociedade, para que o projeto pudesse chegar à Câmara com o mínimo de conflitos possível. No setor de saneamento, por falta de uma política definida, temos encontrado muitas resistências, particularmente por parte das companhias estaduais que, hoje, trabalham sem regras. O prestador se auto-regula, define suas próprias tarifas, planeja para si, não pensa nas cidades, como é a proposta de nosso ministério. Não dá satisfação ao poder concedente, que é quem tem que definir as regras, definir a política e também as condições adequadas para a prestação do serviço. Além disso, o prestador costuma também não dar satisfação nem ao próprio usuário, ao contrário do que costuma acontecer em qualquer país do mundo. Até 1986, este controle era feito pelo BNH que definia, inclusive, o máximo de excedentes tarifários e exigia que este recurso fosse aplicado no setor.

## Como é aplicado, nos dias de hoje, o excedente tarifário do setor e o que o governo está pensando em mudar?

AOF – Existe um excedente tarifário, mas o recurso não é reaplicado no setor por empresas importantes, que lucram cerca de R\$ 500 milhões por ano. Este procedimento tem provocado, inclusive, uma série de problemas, já que ampliou os conflitos entre os municípios e os estados. O Governo Federal está incentivando a cooperação federativa, pois entendemos que não é bom este conflito entre os estados e os municípios, que têm que atuar juntos, com o apoio do Governo Federal. Isso possibilitaria também uma maior participação da iniciativa privada, porque a neces-

cidade de investimentos é tão grande que, sozinhos, nem a União, os estados ou os municípios vão conseguir os recursos necessários para a tão sonhada universalização do setor. O Governo Federal fez um planejamento de vinte anos e estabeleceu metas a serem cumpridas até 2015, o que permitirá o enfrentamento desses grandes desafios.

### **Neste planejamento, quais são as metas que o governo estabeleceu como prioritárias?**

**AOF** – Estabelecemos como metas principais de nossa gestão a elaboração de uma política nacional para o setor, a retomada do financiamento, o trabalho de revitalização dos operadores, visando a sua eficiência na prestação dos serviços, a questão da busca da qualificação dos gastos públicos e um trabalho de seleção pública de projetos, o que fará com que os recursos sejam distribuídos de forma republicana. Os estados que mais receberam recursos para realizar seus projetos foram, em primeiro lugar, São Paulo e, em segundo, Minas Gerais, ambos de oposição ao Governo Federal, o que indica nova postura.

*“Existe a possibilidade de empresários italianos trabalharem em projetos de Mecanismo de Desenvolvimento Limpo”*

### **E como foram selecionados esses projetos?**

**AOF** – Eles foram escolhidos num processo de seleção pública e apresentaram indicadores e critérios claros e transparentes, alinhando critérios epidemiológicos, incidência de bens, incidência de mortalidade infantil, de baixos indicadores de cobertura de água, de esgoto, limpeza urbana, de perfil de população de baixa renda. Estas são algumas das exigências que o Governo Federal tem feito para melhor direcionar os recursos, primeiro para os pequenos municípios do Norte e do Nordeste do Brasil, segundo para as áreas periféricas das grandes metrópoles. Para atender às necessidades das grandes cidades, foi

criado um programa específico, o Programa de Saneamento Ambiental em Regiões Metropolitanas, com recursos do Orçamento Geral da União.

### **Quais são os convênios de cooperação no setor de saneamento entre o Brasil e a Itália?**

**AOF** – O Brasil e a Itália assinaram um importante convênio de cooperação. A Itália tem uma experiência vasta no manejo das águas pluviais dentro de uma visão integrada e, neste sentido, poderá dar uma grande contribuição ao Brasil para multiplicar a capacitação técnica dos gestores municipais. O convênio, além disso, vai permitir desenvolver experiências práticas, a partir de diagnósticos já feitos em cidades importantes, como Manaus, Recife, Santo André e Belo Horizonte, todas situadas em regiões metropolitanas complexas.

A próxima etapa será a construção de obras-piloto, para tentar fixar alguma coisa concreta, em função de todo este processo de troca de experiências, de intercâmbio, de avaliação de todos os participantes dos municípios e dos alunos. Esta primeira fase da cooperação foi de absoluto sucesso e já estamos tomando providências

para a assinatura de um novo projeto, com a possibilidade de ampliação, até mesmo, dos recursos a serem aplicados no Brasil.

*“No Brasil, o prestador de serviços não dá satisfações nem ao poder concedente, nem ao usuário”*

### **A iniciativa privada da Itália tem demonstrado interesse em investir nesta área no Brasil?**

**AOF** – Existe a possibilidade de trazermos empresários italianos para trabalhar na área de esgoto e em projetos ligados ao Mecanismo de Desenvolvimento Limpo – MDL, do Protocolo de Quioto, pois a Itália tem interesse na compra de créditos de carbono. Estamos desenvolvendo, também, com o apoio do Banco Mundial e do governo japonês, um programa de capacitação dos municípios para a redução de emissão de gases, também ligado ao MDL. Nossa intenção é capacitar organismos e instituições municipais para a venda dos créditos de carbono, pois certamente estes recursos poderão ser aplicados no saneamento básico e vão ajudar, e muito, o Brasil a superar suas carências.

## **A importância do saneamento**

O saneamento é um setor ligado diretamente à saúde pública por ser o meio através do qual se procura evitar e controlar as doenças, principalmente aquelas transmitidas pela água. Cuida, também, da conservação do meio ambiente.

Sanear envolve principalmente tratar a água e os esgotos, mas inclui também a coleta e a destinação do lixo, além do extermínio dos ratos e outros transmissores de doenças.

O esgoto e a água usados e liberados por pias, banheiros, tanques e vasos sanitários de casas, fábricas, restaurantes e edifícios comerciais precisam ser tratados, pois contêm materiais residuais nocivos, produzidos pelo homem. O esgoto não tratado contamina a água e pode matar peixes e plantas aquáticas. O material de esgoto torna a água imprópria para ser bebida e também pode impedir que seja usada para atividades industriais, pesca e lazer. Na zona urbana, os esgotos são recolhidos em redes próprias e, na zona rural, em geral são coletados nas fossas sépticas.

Dados de uma pesquisa realizada em 2000 apontam que, no Brasil, dos 180 milhões de habitantes do país, cerca de 45 milhões de pessoas não têm acesso à água de qualidade. Além disso, praticamente a metade da população não conta com serviços de esgoto e cerca de 15 milhões não têm coleta regular do lixo.



# BRAZILIAN EXPORTERS

www.brazilianexporters.gov.br

## Mais de 25.000 exportadores brasileiros

### *Pesquisa por Código SH*

Clique no campo **Por Código SH**, digite os 6 dígitos do produto desejado e clique em **Pesquisar**. Uma lista de exportadores será exibida. Clique no nome de uma empresa e visualize suas informações comerciais. Utilize, se preferir, a opção **País de Destino** para limitar sua pesquisa a um mercado específico.

Pesquisa por produto, país de destino  
ou nome do exportador

### *Pesquisa por Empresa*

Selecione a opção **Por Empresa** e digite uma palavra alusiva a esta. Em seguida, clique em **pesquisar**. Uma lista de empresas será exibida. Clique no nome da empresa desejada e acesse seus dados comerciais..

Disponível em 4 idiomas:  
inglês, espanhol e francês

### *Pesquisa por Produto*

No campo **Por Produto**, digite o nome do item desejado. Exemplo: para obter o código SH do produto “camarão”, escreva esta palavra e clique em **pesquisar**. Surgirão códigos contendo a palavra “camarão”. Ao clicar no produto desejado, o código SH será, automaticamente, inserido no campo **Por Código SH**. Em seguida, clique em **pesquisar** para visualizar os exportadores.

Relação de  
atualizações

### *Pesquisa por Categoria*

Clique na categoria do produto escolhido. Para “camarão”, por exemplo, clique na categoria **Produtos Animais & Vegetais**. Os Capítulos SH da categoria selecionada surgirão. Procure por “camarão” no “Capítulo 3 - Peixes, crustáceos e moluscos”. Clique código SH de sua escolha. O mesmo será automaticamente inserido no campo **Por Código SH**. A seguir, você poderá proceder a consulta, clicando em **Pesquisar**.



O site *Brazilian Exporters*, criado pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, é o mais completo catálogo de empresas exportadoras do País. A partir de um mecanismo de pesquisa ágil, você poderá acessar informações comerciais de milhares de empresas brasileiras, atualizadas permanentemente.



Os serviços do *Brazilian Exporters* são gratuitos, tanto para importadores estrangeiros, quanto para o exportador brasileiro, que pode inserir/atualizar seus dados comerciais, construir sua vitrine virtual e divulgar seus produtos para todo mundo!

# Seminário Bilateral de Comércio Exterior e Investimentos **BRASIL** **ITÁLIA**

Av. General Justo nº 307 – Centro, Rio de Janeiro – RJ – Sede da Confederação Nacional do Comércio – CNC

## **Programa do Seminário** : 21 de novembro de 2005

### **14:00h Sessão Solene de Abertura**

**Presidente da Sessão:** João Augusto de Souza Lima – Presidente da Federação das Câmaras de Comércio Exterior – FCCE

**Pronunciamento:**

Marcio Fortes de Almeida – Ministro de Estado das Cidades

**Componentes da Mesa:**

Paulo Pires do Rio – Ex-Embaixador Plenipotenciário do Brasil na Itália

José Augusto de Castro – Vice-Presidente da AEB

Senador Bernardo Cabral – Consultor da Presidência da CNC

Ernesto Massimo Bellelli – Cônsul-Geral da Itália no Rio de Janeiro

Federico Baroglio – Presidente da Câmara de Comércio Ítalo-Brasileira do Rio de Janeiro e Presidente da Generali Seguros

Gustavo Affonso Capanema – Lugar-Tenente, para o Brasil, da “Ordem do Santo Sepulcro de Jerusalém” – Vaticano

### **14:30h PAINEL I: As Relações Bilaterais: Missões Realizadas e Resultados Esperados**

**Presidente do Painel e Moderador:** Maria Auxiliadora Bousquet Carneiro  
Gerente Executiva do BB

**Expositores:**

Federico Baroglio – Presidente da Câmara de Comércio Ítalo-Brasileira do Rio de Janeiro e Presidente da Generali Seguros

Fabio Martins Faria – Diretor do Departamento de Planejamento e Desenvolvimento do Comércio Exterior – MDIC

Raffaele di Luca – Representante da Grimaldi no Brasil

### **Debates com o Plenário**

### **15:30h PAINEL II: Oportunidades de Investimentos e as PPP's; Telecomunicações; Cooperação Técnica e Saneamento**

**Presidente do Painel e Moderador:** Marcio Fortes de Almeida – Ministro de Estado das Cidades

**Pronunciamento Especial:**

João Carlos Cavalcanti – Superintendente de Infra-Estrutura do BNDES





#### Expositores:

Abelardo de Oliveira Filho – Secretário Nacional de Saneamento – Ministério das Cidades  
Diego Tomassini – Instituto Italiano para o Comércio Exterior  
Franco Bertone – Diretor da Tim Brasil

#### Debates com o Plenário

### 16:30h Painel III: O Estado Atual das Relações Comerciais – Os Setores de Moda, Design e Turismo

**Presidente do Painel:** Sérgio Ricardo M. de Almeida – Secretário de Estado de Turismo do Rio de Janeiro

**Moderador:** Livio Angeloni – Adido Comercial – Consulado Geral da Itália no Rio de Janeiro

#### Expositores:

Oswaldo Trigueiro Jr. – Presidente do Conselho de Turismo da Confederação Nacional do Comércio – CNC  
Fernando V. Pimentel – Diretor-Superintendente da Associação Brasileira da Indústria Têxtil – ABIT

#### Debates com o Plenário

#### 18:00h Sessão de Encerramento

**Presidente da Sessão:** Marcio Fortes de Almeida – Ministro de Estado das Cidades

#### Pronunciamento:

Ivan Ramalho – Ministro de Estado, Interino, do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior

#### Componentes da Mesa:

João Carlos Cavalcanti – Superintendente de Infra-Estrutura do BNDES

Paulo Pires do Rio – Ex-Embaixador Plenipotenciário do Brasil na Itália

João Augusto de Souza Lima – Presidente da Federação das Câmaras de Comércio Exterior – FCCE

Federico Baroglio – Presidente da Câmara de Comércio Ítalo-Brasileira do Rio de Janeiro e Presidente da Generali Seguros

Gustavo Affonso Capanema – Lugar-Tenente, para o Brasil, da “Ordem do Santo Sepulcro de Jerusalém” – Vaticano

**COQUETEL:** Em homenagem a Ss. Ex.<sup>as</sup> os Senhores Ministros de Estado das Cidades e do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior





# Problemas e soluções nas relações entre Brasil e Itália

O Seminário Bilateral de Comércio Exterior e Investimentos Brasil-Itália, décimo evento realizado pela Federação das Câmaras de Comércio Exterior em 2005, reuniu empresários e autoridades e promoveu a discussão dos pontos positivos e negativos do relacionamento entre os dois países. Na ocasião, foram apontados problemas que dificultam os investimentos e, também, possíveis soluções para as questões apresentadas.



Ernesto Bellelli, João Augusto de Souza Lima, Marcio Fortes de Almeida e o Embaixador Paulo Pires do Rio participam da abertura do seminário.

Os representantes da Itália, por exemplo, esperam que o Brasil reduza o número de exigências para a importação. Eles são grandes produtores de agro-alimentos e sentem-se prejudicados pela burocracia de nosso país. Os italianos citaram a dificuldade encontrada para exportar vinho, pois muitas vezes o produto aguarda até um ano para ser liberado pela alfândega brasileira. Já os brasileiros querem contar com uma participação mais efetiva de investidores italianos, públicos e privados, na área do saneamento básico, na qual vários projetos de cooperação estão sendo firmados. O Ministro de Estado das Cidades, Marcio Fortes de Almeida, em seu pronunciamento na abertura do seminário, destacou os laços que unem Brasil e Itália, dois povos que, além da origem latina, têm a cultura como um dos pontos de interesses convergentes.

*“A Itália tem boa experiência com pequenas empresas. Queremos explorar todas as possibilidades de cooperação”*

MARCIO FORTES DE ALMEIDA

Dando início aos trabalhos, o Presidente da FCCE, João Augusto de Souza Lima, agradeceu a presença das autoridades e empresários e convidou para a mesa da Sessão Solene de abertura o Ministro de Estado das Cidades, Marcio Fortes de Almeida; o Lugar-Tenente da Ordem do Santo Sepulcro de Jerusalém, Gustavo Affonso Capanema; o Embaixador Paulo Pires do Rio, ex-Embaixador do Brasil na Itália; o Cônsul-Geral da Itália no Rio de Janeiro, Ernesto Massimo Bellelli; o Presidente da Câmara Ítalo-Brasileira de Co-

mércio do Rio de Janeiro e Diretor-Presidente da Generali Seguros, Federico Baroglio; o Vice-Presidente da Câmara Ítalo-Brasileira de Comércio e Indústria do Rio de Janeiro, Raffaele di Luca; e Oswaldo Trigueiros Jr, Presidente do Conselho de Turismo da Confederação Nacional de Comércio – CNC.

Antes de passar a palavra ao Ministro de Estado das Cidades, Marcio Fortes de Almeida, o presidente da FCCE anunciou a realização de uma série de seminários bilaterais para o ano de 2006. Serão mais 11 encontros que contarão com o apoio do Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio Exterior do Ministério das Relações Exteriores.

O ministro das cidades, inicialmente, agradeceu o convite para participar do seminário. Segundo ele, o fato de ter trocado de ministério não o impede de estar



presente, principalmente num evento que reúne Brasil e Itália, país com o qual o Ministério das Cidades tem mantido inúmeros acordos de colaboração, em especial na área de saneamento.

“Estamos confiantes que, com a definição do novo marco regulatório para a área, projeto que está em fase de aprovação pelo Congresso Nacional, surgirão muitas oportunidades, tanto para o capital público quanto para o privado. O Brasil conta com a presença de empresários italianos como investidores, já que a Itália detém o conhecimento e a tecnologia em áreas que muito nos interessam.”

Segundo o Ministro Marcio Fortes de Almeida, o Ministério das Cidades atende a 5562 centros urbanos brasileiros, o que exige intervenções em diferentes áreas, entre as quais se destacam o metrô e o saneamento básico. Outro exemplo da atuação do ministério, citado pelo ministro, é a remoção da favela localizada no final da pista do Aeroporto Salgado Filho, em Porto Alegre, onde aviões de carga de grande porte não podiam decolar com a capacidade de carga completa por não ser a pista extensa o suficiente.

### **Acordos de cooperação**

“Queremos explorar todas as possibilidades de acordos de cooperação. Um seminário como este é muito oportuno, e bons investimentos poderão surgir a partir dele. A Itália tem larga experiência na área das pequenas e das médias empresas e esta será muito bem-vinda. O Ministro Luis Fernando Furlan tem tentado estreitar a colaboração com a Itália neste sentido.”

Ainda segundo o Ministro Marcio Fortes de Almeida, a exemplo do que já está em andamento com a Espanha e Portugal, os investimentos da Itália no Brasil têm se tornado bastante importantes. Ele destacou ainda a latinidade que une as duas nações, pois uma parte significativa da população brasileira tem descendência italiana.

“Neste seminário vamos abordar as atividades comerciais, mas a proximidade de brasileiros e italianos, no que se refere à língua, só nos aproxima. Temos uma grande identificação cultural com a Itália. A

cultura e a ópera, a imigração – tudo isto nos aproxima. Recentemente, estive com o embaixador da Itália no Brasil conversando sobre a possibilidade de convênios entre os nossos países no que se refere à área de saneamento, alguns já em andamento, e que serão detalhados pelo Secretário Nacional de Saneamento, Abelardo de Oliveira Filho.”

O Ministro destacou a importância da área de saneamento na Itália lembrando que, desde a Roma antiga, já havia uma preocupação neste sentido e, hoje, ainda são encontrados vários vestígios de obras projetadas naquela época. Entre os convênios em andamento no setor, ele citou um que vem sendo desenvolvido com a região de Piemonte, em Turim, para o desenvolvimento de projetos de saneamento em seis cidades brasileiras.

### **Importância do Seminário**

Ernesto Massimo Bellelli, Cônsul-Geral da Itália no Rio de Janeiro, começou seu pronunciamento agradecendo, em nome da delegação italiana, o convite para participar do evento.

“Seminários como este têm uma grande importância para ampliar o intercâmbio bilateral. É uma idéia muito interessante e deve ter seqüência, pois nos permite levantar dúvidas e possibilita futuros investimentos.”

Os laços que unem Brasil e Itália por meio de tradições culturais, da política, do direito e, até mesmo, por meio da raiz comum de muitos brasileiros e italianos, constituem, na opinião do Cônsul-Geral da Itália, uma base sólida, a partir da qual é possível criar novas relações, inclusive no setor econômico. “A Itália é, sem dúvida, uma porta de entrada para a União Europeia. Desfruta de uma posição geográfica estratégica, no meio do Mediterrâneo, em área de fácil acesso aos mercados do Oriente Médio e do Leste Europeu.”

Para Ernesto Massimo Bellelli, os produtos italianos que mais se destacam no mercado internacional estão ligados a moda, ao design, a inovação e ao agro-alimento, com os quais pode haver complementaridade entre os dois países. Para ele, as duas economias têm possibilidade de

crescer muito, pois os investimentos atuais estão muito aquém das potencialidades. A Itália representa, hoje, apenas 3% de intercâmbio comercial com o Brasil, cerca de US\$ 5 bilhões ao ano. Há, portanto, espaço para crescer.

### **Burocracia**

“Um dos maiores problemas enfrentados pelos empresários italianos é a burocracia brasileira. Isto acarreta custos altos para os empresários. Todos os processos são muito demorados, o que torna a importação muito mais cara. Temos casos de importadores de vinhos, cujos produtos ficam parados cerca de um ano na alfândega, o que não é aceitável. Temos também muitas restrições em relação aos produtos alimentares. Eu mesmo vivi uma experiência bem desagradável: levei meses para liberar o meu carro na alfândega brasileira.”

Bellelli acrescentou, ainda, que outro ponto preocupante é o problema da propriedade intelectual, que não tem sido muito respeitada.

O Cônsul-Geral destacou que a presença da Itália no Brasil é muito bem estruturada. O país tem consulados nas principais cidades, câmaras de comércio ítalo-brasileiras atuantes e uma embaixada preparada para trabalhar no sentido de aproximar ainda mais os interesses dos dois países.

“A presença da Governadora Rosinha Garotinho, em um seminário em Milão, é significativa. A governadora do Rio de Janeiro tem condições de apresentar aos empresários as diversas possibilidades de expansão da economia fluminense e as várias possibilidades de investimento no estado. Outros seminários estão programados, mas gostaria de chamar a atenção para a necessidade de uma preparação prévia desses encontros. Inúmeras oportunidades de negócios já foram desperdiçadas por falta disso. O bom resultado de encontros como este depende, repito, dos interlocutores certos. Para isso, toda a estrutura de nosso governo tem trabalhado seriamente. O Seminário de hoje é mais uma oportunidade para ajustes no relacionamento entre Brasil e Itália.”

# Comércio bilateral com boas possibilidades de crescimento

*Análise dos resultados das relações comerciais destaca exportações brasileiras de material de transportes e aponta potencial do comércio marítimo*

O painel I, dedicado a missões realizadas e resultados esperados, teve como Presidente a Gerente Executiva do Banco do Brasil, Maria Auxiliadora Bousquet Carneiro, e como expositores Federico Baroglio, Presidente da Câmara Ítalo-Brasileira de Comércio e Indústria do Rio de Janeiro e Diretor Presidente da Generali Seguros; Fabio Martins Faria, Diretor do Departamento de Planejamento e Desenvolvimento do Comércio Exterior do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior – MDIC; e Raffaele di Luca, representante do grupo Grimaldi no Brasil.

**M**aria Auxiliadora abriu os trabalhos ressaltando que a Itália é o único país que tem duas agências do Banco do Brasil, o que demonstra sua importância para o Banco. Ela afirmou, ainda, que o comércio entre italianos e brasileiros tende a aumentar.



Maria Auxiliadora Bousquet Carneiro: comércio bilateral Brasil-Itália tende a aumentar.

O primeiro expositor foi o representante do MDIC, Fabio Martins Faria, que revelou seu entusiasmo diante dos resultados animadores da política de exportação. Segundo ele, nossas exportações não só estão crescendo em quantidade como também em qualidade. As empresas brasileiras estão cada vez mais exportando produtos manufaturados, que têm valor mais alto e, conseqüentemente, trazem mais recursos ao país.

“Cerca de 55% das nossas exportações são de manufaturados. O maior crescimento em 2005 foi, também, de produtos manufaturados, o que projeta ainda maior crescimento desse tipo de produto na nossa pauta de exportação. Outro destaque é que estas

exportações são menos influenciadas pela variação de preços. Ao avaliar os números com um pouco mais de detalhamento, verificamos que o Brasil tem exportado mais produtos de alta tecnologia, ou seja, de maior valor agregado. O líder de exportações é o material de transporte e, entre as empresas deste setor, está uma de capital italiano: a Fiat. Exportamos também, em volumes expressivos, caminhões, implementos agrícolas, aviões e autopeças.”

Fabio Martins Faria ressaltou, ainda, que as exportações do setor petrolífero são significativas, mesmo o Brasil tendo um déficit de balança comercial neste setor. Ele lembrou a importância do Estado do Rio de Janeiro nesta área.

## Principais mercados de destino das exportações

Janeiro/Outubro de 2005 US\$ milhões

	Valor	Δ %	Participação %
		2005/04	
União Européia	22.008	10,8	22,8
ALADI	20.794	30,5	21,5
· ALADI, exc. MERCOSUL	11.202	29,5	11,6
· MERCOSUL	9.592	31,8	9,9
Estados Unidos	18.584	12,1	19,2
Ásia	14.935	21,2	15,5
África	4.923	44,5	5,1
Oriente Médio	3.515	11,9	3,6
Europa Oriental	3.284	62,7	3,4

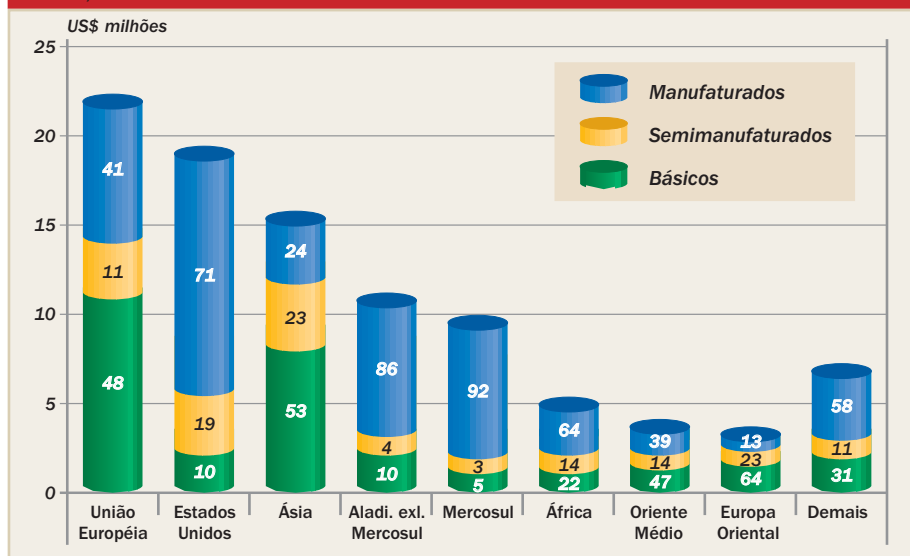


*“O líder das exportações é o material de transporte. Dentro das empresas deste setor destaca-se a Fiat”*

FABIO MARTINS FARIA

## Participação % das exportações por bloco econômico

Janeiro/Outubro de 2005



Fonte: MDIC/SECEX

“Convém destacar que o déficit na balança comercial do setor de petróleo e combustível vem diminuindo. Nós poderíamos nos tornar membros da Organização dos Países Exportadores de Petróleo – OPEP, já que somos grandes produtores e exportadores de petróleo combustível.”

### Compradores europeus

O representante do MDIC informou que a Itália faz parte do bloco de países que mais consome produtos brasileiros: a União Européia – UE.

“Em termos de mercado, a UE é o líder de consumo dos produtos brasileiros, embora importe principalmente produtos bá-

sicos. No cenário internacional, o grande destaque é o crescimento das exportações para a América Latina, especialmente para os países membros da Associação Latino-Americana de Integração – ALADI, cuja taxa de incremento ficou em cerca de 30,5%. Também é expressivo o aumento das exportações para vários países da África.”

Recentemente, o Ministro Luiz Fernando Furlan liderou uma missão brasileira para a Argélia e outra para a Nigéria, buscando equilibrar o comércio com estes países, que são grandes fornecedores de petróleo. Os Estados Unidos continuam sendo um mercado de grande importância qualitativa para o Brasil, porque compram principalmente nossos manu-

faturados. Diante deste cenário, o setor de exportação tem realizado um grande trabalho para agregar valor aos produtos brasileiros, embora os resultados demorem um pouco a aparecer.

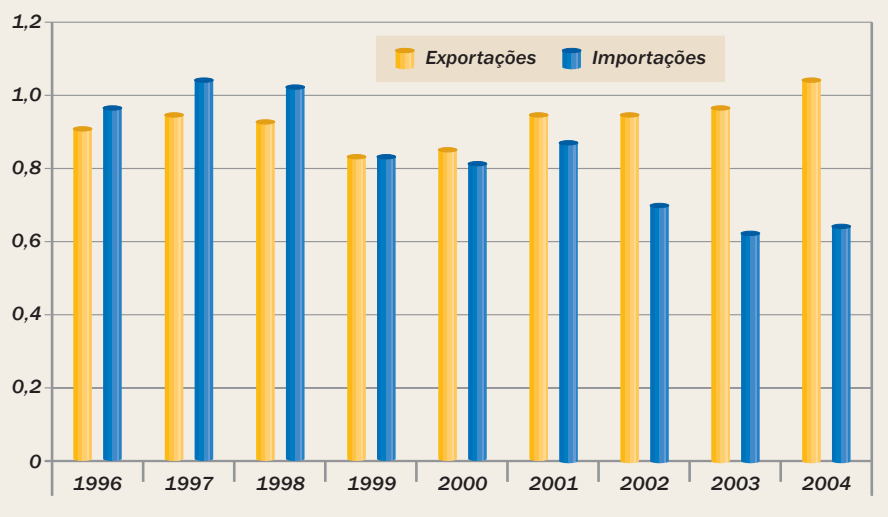
Segundo Fabio Martins Faria, pode-se notar ainda que não só as exportações estão tendo aumentos significativos. “As importações também estão crescendo. Eu quero destacar o crescimento da importação de bens de capital, o que é muito salutar, porque significa investimento, renovação e expansão da capacidade produtiva nacional.”

### Comércio bilateral

O comércio entre o Brasil e a Itália ainda é tímido e tem um potencial expressivo para crescer, na opinião do representante do MDIC.

“De janeiro a outubro de 2005, o comércio registrou crescimento, a taxas pouco expressivas. As exportações para a Itália aumentaram 8,9% e as importações 14%. A Itália é o nono destino das nossas exportações, com participação de 2,8% da nossa pauta, e, curiosamente, também é o nono exportador de produtos para o Brasil, com 3,2% de participação. O Brasil é destino de

## Participação brasileira nas exportações e importações mundiais (%)



Fonte: MDIC/SECEX

0,6% das exportações italianas e de 0,8% da importação italiana, então temos aí um campo enorme de crescimento, até por que já houve períodos em que nosso comércio

foi mais intenso. Acreditamos que em 2005 o resultado vai ser ainda melhor, acima dos US\$ 2,9 bilhões do ano passado. Nas importações, já tivemos presença maior do

produto italiano no Brasil. Houve um declínio nas importações até 2003 e, em 2004, elas voltaram a crescer.”

A Itália é considerada um grande mercado para bens com pouco valor agregado, os chamados produtos básicos, cuja participação cresceu bastante este ano nas exportações brasileiras. Trata-se, pois, de um mercado com espaço de trabalho. O minério de ferro encabeça a lista dos principais produtos exportados para a Itália.

Fabio Martins Faria terminou sua palestra enfatizando a necessidade de uma maior harmonia entre o montante das exportações e o das importações.

“Cerca de 97,2% dos produtos vindos da Itália são manufaturados. Tentando fazer uma análise bem ampla, podemos dizer que somos ainda grandes exportadores de produtos de baixo valor agregado, mas acreditamos que podemos melhorar a qualidade do comércio em termos qualitativos e quantitativos, buscando um maior equilíbrio.”

## Integração: um objetivo a ser alcançado

O segundo expositor do Painel I foi Federico Baroglio, Presidente da Câmara Ítalo-Brasileira de Comércio e Indústria do Rio de Janeiro e Diretor Presidente da Generali Seguros. Ele se disse grato pela oportunidade e esclareceu que falaria apenas na condição de Presidente da Câmara.

Federico Baroglio começou sua exposição explicando as funções da instituição que representa. Segundo ele, a Câmara Ítalo-Brasileira de Comércio e Indústria do Rio de Janeiro é fruto de uma parceria público privada, e tem como objetivo estimular o intercâmbio entre as comunidades empresariais brasileiras e italianas. Ela é associada a uma rede de 71 câmaras de comércio italianas espalhadas pelo mundo. Fundada em 1950, sua sede fica no Centro Internacional de Negócios da FIRJAN, no Centro do Rio de Janeiro, e é a única câmara de comércio certificada com o ISO 9001, o que significa a garantia de excelência em sua atuação.

“Nossos principais serviços são promover a importação e a exportação de produtos ibero-brasileiros; fomentar pesquisas de mercado; identificar oportunidades de negócios; organizar missões para as mais importantes feiras do Brasil e da Itália, além de organizar eventos e seminários.”

Segundo Federico Baroglio, a Câmara de Comércio realiza também projetos financiados pelo Ministério do Trabalho da Itália, com foco na formação profissional de italianos ou de seus descendentes residentes no Brasil.

Em seguida, o palestrante relatou algumas das realizações da Câmara de Comércio que preside.

“Os principais projetos que desenvolvemos em 2005 foram o Portal Itália, as missões de apresentação de produtos brasileiros ou de produtos italianos em feiras Brasil e a promoção da culinária mediterrânea no Brasil.”

O Portal Itália é um *site* criado em 2001, que, inicialmente, tinha cerca de 133 mil vi-

sitas por mês, mas, recentemente, passou a ter 1,8 milhão de visitas mensais. “É o primeiro *site* citado em ferramentas de busca, como o Google, quando alguém procura pela palavra Itália. Conta com um banco de usuários de oitenta mil pessoas e 7 mil empresas brasileiras inscritas. Publicamos notícias e informações sobre os dois países e chegamos a quase mil currículos enviados para empresas brasileiras e italianas”.

Em 2005, o Ministério das Atividades Produtivas da Itália aprovou um projeto de internacionalização deste portal, que desperta também o interesse de brasileiros amantes da Itália ou dos que querem visitar aquele país. Nele, encontram informações em português sobre cidadania, genealogia, negócios, turismo e gastronomia italiana, principalmente sobre os vinhos.

### Feiras e culinária

Um outro ponto de atuação da Câmara é o apoio e a organização de eventos de promoção dos dois países.



“Nós apoiamos empreendedores brasileiros e italianos e somos representantes da Feira de Verona no Brasil e da Feira de Milão. Em Milão, acompanhamos as delegações estrangeiras, de maneira a mantê-las atualizadas com relação ao *design* do setor dos móveis. No Brasil, participamos de dois eventos: o FENAGRE, um projeto de incentivo à irrigação que acontece no Vale do Rio São Francisco, e a Expo-ABRAS, o principal evento de supermercados no Brasil.”

Federico Baroglio falou, também, da importância da culinária italiana. “A Itália era, é e será sempre conhecida no mercado dos produtos alimentares. No ano passado, investimos bastante na promoção da dieta mediterrânea, baseada no uso do azeite de oliva, limão mediterrâneo, peixes e outros produtos daquela região européia. O objetivo foi divulgar produtos ‘*made in Italy*’ neste setor”.

Encerrando sua apresentação, Federico Baroglio falou das perspectivas para o futuro e dos três principais projetos a serem desenvolvidos pela Câmara de Comércio em 2006.

“Uma de nossas principais iniciativas será o Portal Itália Net, ou seja, o desdobramento do Portal Itália em sete países das Américas: Canadá, Estados Unidos, Venezuela, Brasil, Uruguai, Paraguai e Argentina. O segundo projeto é a exportação de *software* brasileiro, principalmente aquele dedicado ao setor bancário. Além disso, faremos também a promoção da Mostra Internacional de Tecnologia para Geração de Energia a partir de Fontes Renováveis. Os resultados esperados são sempre os melhores possíveis.”

### Transporte marítimo

O terceiro e último expositor do Painel I foi Raffaele di Luca, representante da Grimaldi, no Brasil; uma companhia de grande porte que vem atuando no transporte marítimo desde 1980, inicialmente apenas entre a Itália e o Brasil, depois entre a Europa e a América do sul.

Raffaele di Luca fez uma análise crítica da importação e dos problemas que ocorrem neste tipo de transporte.

“O Brasil é carente de transporte marí-



*“A Itália era, é e será sempre conhecida no mercado dos produtos alimentares”*

FEDERICO BAROGLIO



*“Entendo que o Brasil queira proteger o mercado, mas menos regulamentos e leis protecionistas ajudariam muito mais”*

RAFFAELE DI LUCA

timo, mas o problema mais sentido pelos empresários italianos é o excesso de burocracia. Surgem muitas questões, principalmente na importação. Nós temos pedido a colaboração de vários ministérios para desenvolver um projeto que ajude a desembaraçar o setor. Na Itália não há problema parecido. A carga brasileira tem condições

de chegar lá e ser desembarcada bem mais rápido. Hoje, em um mundo globalizado, onde tudo é feito via Internet e computadores, seria mais adequado facilitar os procedimentos relativos à documentação.”

Raffaele di Luca acha que existem muitas formas de melhorar a eficiência do transporte marítimo, inclusive com a participação de vários países.

“O Brasil, com 8.500 quilômetros de costa, tem um sistema de navegação de cabotagem muito carente. Alguns dos problemas poderiam ser resolvidos em parceria com armadores estrangeiros, porque muitos navios estrangeiros navegam em vários portos do Brasil.”

Segundo o representante da Grimaldi, uma maior eficiência permitiria até que uma parte do transporte terrestre fosse feita por mar.

“Muita carga hoje transportada por caminhões, que gastam muito combustível e provocam poluição, poderia ser feita por navios. Um trajeto possível seria, por exemplo, seguir de navio do Rio Grande do Sul a Salvador. Várias leis, no entanto, que protegem a cabotagem nacional, desestimulam esta possibilidade. Sei que estou levantando problemas que, talvez, não sejam de domínio público. Eu entendo que o país queira proteger o mercado, mas, hoje, menos regulamentos e leis protecionistas ajudariam muito mais, melhorando um pouco o transporte marítimo nacional e internacional.”

### Transporte de passageiros

Raffaele di Luca defende a ideia de que o transporte marítimo de passageiros deveria ser estimulado em toda a extensão do litoral brasileiro.

“Temos, no Rio de Janeiro, o transporte de catamarãs para Niterói. Por que não colocar também linhas regulares destes barcos até a Barra da Tijuca ou até mesmo Búzios? Na Itália, barcos oferecem serviços considerados de utilidade pública, já que é de interesse nacional reforçar a ligação das ilhas italianas com o continente. Um tráfego costeiro de passageiros, no Brasil, ajudaria muito a desafogar o trânsito na cidade e nas estradas e até se transformaria em um passeio agradável.”



Marcio Fortes de Almeida, João Carlos Cavalcanti e Abelardo de Oliveira Filho discutiram as potencialidades das áreas de tecnologia e saneamento.

## Parcerias Público-Privadas para o crescimento sustentável

*As múltiplas possibilidades de cooperação e de negócios entre o Brasil e a Itália*

O Painel II do Seminário Bilateral de Comércio Exterior e Investimentos Brasil-Itália teve como tema Oportunidades de Investimentos e as Parcerias Público Privadas – PPPs nas áreas de telecomunicações, cooperação técnica e saneamento. Foi presidido pelo Ministro de Estado das Cidades, Marcio Fortes de

Almeida, que abriu os trabalhos falando de uma viagem de troca de experiências que fez à Itália.

“Quando estive na Itália com o então Ministro Guido Mantega, ainda não tinha sido aprovada a legislação brasileira sobre as PPPs. Naquele momento, estivemos em vários bancos e em várias cidades. Esta troca de informações foi muito útil para corrigirmos alguns caminhos dos nossos procedimentos, e fi-

cou claro o interesse da participação de indústrias e de bancos nas PPPs.”

Os expositores foram Abelardo de Oliveira Filho, Secretário Nacional de Saneamento do Ministério das Cidades; Diego Tomassini, do Instituto Italiano para o Comércio Exterior; e Franco Bertone, Diretor da Tim Brasil.

O Painel II contou com um pronunciamento especial de João Carlos Cavalcanti, Superintendente de Infra-Estrutura do BNDES

### Pronunciamento especial

João Carlos Cavalcanti começou seu

discurso destacando a estabilidade econômica do Brasil e a importância dos investimentos em infra-estrutura para atingir o crescimento sustentado.

“A melhora do balanço de pagamentos diminuiu o risco de constrangimento externo, que tem sido a origem da maior parte das crises que interrompem os movimentos de arrancada do crescimento brasileiro nos últimos vinte anos. A inflação está sob controle há mais de uma década, a consistência fiscal tende a se consolidar e o Estado mostra capacidade de alcançar as metas. Investimentos em infra-estrutura têm papel fundamental para sustentar o crescimento, aumentando lucros e competitividade das empresas. A retomada do crescimento em 2004 foi acompanhada de aumento do investimento, mas ainda é preciso investir mais, para que oferta e demanda cresçam de modo equilibrado. Uma das razões do baixo movimento dos últimos anos foi a queda do investimento público sem elevação correspondente do privado.”

O superintendente do BNDES analisou, também, os problemas que podem acontecer quando há pouco investimento em infra-estrutura. Segundo ele, todo o país sofre quando isto ocorre.

*“Melhorar a infra-estrutura destrava o crescimento da economia”*

JOÃO CARLOS CAVALCANTI

“A melhoria da infra-estrutura é crucial para evitar os gargalos de logística e destravar o potencial de crescimento da atividade econômica. O caso do racionamento de energia em 2001 é o exemplo mais visível disso. Ele causou constrangimento à população brasileira. Existem, ainda, vários outros gargalos logísticos que atualmente afetam a competitividade dos produtos brasileiros e o desempenho da economia.”

### Conciliação

A necessidade de conciliar a expansão dos investimentos com uma elevada meta de superávit primário fez com que o go-

verno implantasse, nos últimos anos, uma série de medidas que vão desde a redução de gastos com custeio até atração de investimentos privados, por meio das PPPs.

“No campo tributário, merecem destaque a desoneração do Imposto sobre Produtos Industrializados – IPI e sobre os bens de capital, além da desoneração da CPMF na conta-investimento. Outras ações importantes foram o aperfeiçoamento do marcos regulatórios setoriais, a aprovação da nova Lei de Falências, a agenda de desburocratização e a reforma da Previdência.”

João Carlos Cavalcanti acredita que um dos destaques do governo foi a aprovação do novo modelo do setor elétrico, que está sendo colocado em prática e tem permitido uma maior participação da iniciativa privada.

“A forte competição nos recentes leilões de transmissão de energia elétrica refletiu o sucesso do novo modelo: o deságio alcançado no último leilão superou mais de 40%, contribuindo, assim, para uma maior modicidade da tarifa ao consumidor.”

Outra linha de atuação que vem sendo desenvolvida com intensidade é o estímulo às PPPs.

“Elas desempenharão duas funções importantes nos próximos anos: atrair investimentos privados para a infra-estrutura e reduzir o custo, hoje, a cargo do Estado, com a realização e a conservação dessas obras. A experiência internacional revela que as PPPs podem gerar ganhos de eficiência de até 20% do valor das obras e dos serviços contratados. Estes ganhos são feitos por contratos que incentivam a inovação, o aperfeiçoamento tecnológico e a redução de custos de longo prazo. Por fim, um importante instrumento do governo de incentivo ao investimento é, sem dúvida, o próprio BNDES, dedicado prioritariamente ao financiamento de infra-estrutura.”

O BNDES participa da câmara técnica que instrui as deliberações do órgão gestor das PPPs. Por meio de um convênio com o Ministério do Planejamento, disponibilizará seus técnicos para trabalhar em conjunto com a unidade res-



*“A Brasil Ferrovias pretende adquirir locomotivas que permitirão dobrar o volume de carga exportada”*

JOÃO CARLOS CAVALCANTI

ponsável pela análise dos projetos, além de contribuir para formar o fundo garantidor das parcerias.

### Transportes e energia

Em relação aos transportes, o banco tem se revelado um instrumento do Estado para tentar mudar a atual matriz do setor.

“A participação das ferrovias no deslocamento de cargas é historicamente baixa no Brasil. Em 1995, correspondia a apenas 15% da matriz de transporte. Em 2003, a participação atingiu a marca de 24% e, em 2004, possivelmente superou os 25%. Apesar disso, esta participação ainda é considerada pequena em comparação com a de outros países de grandes dimensões, como os Estados Unidos e a Rússia. O BNDES participa da estruturação da Brasil Ferrovias, que vai restaurar e modernizar dois dos mais relevantes corredores ferroviários do Brasil, que possibilitam o escoamento da produção agrícola do Centro-Oeste. O plano de investimentos prevê aquisi-



ções de locomotivas que permitirão dobrar o volume da carga exportada, bem como melhorar o acesso ao Porto de Santos.”

“*Apoiamos investimentos em fontes alternativas para diversificar nossa matriz energética*”

JOÃO CARLOS CAVALCANTI

João Carlos Cavalcanti afirma que o setor elétrico é outro em que o BNDES tem tido uma participação estratégica, por meio de projetos de geração, trans-

missão e distribuição de energia. O banco disponibilizou financiamentos de longo prazo e ajudou na redução das tarifas. A possibilidade de crédito mais baixo permitiu que as empresas concorrentes fizessem ofertas mais agressivas nos leilões de energia.

Segundo o superintendente de infraestrutura, o BNDES também participa de projetos ligados à indústria do petróleo. Financia a fabricação de plataformas marítimas para exploração oceânica e de embarcações de apoio marítimo. Investe na exploração de petróleo e gás, inclusive no transporte, por meio dos gasodutos.

A energia é um segmento que merece

atenção de quem se preocupa com aspectos infra-estruturais do desenvolvimento. Destacam-se também, dentro da atuação do BNDES, o Programa de Apoio e Investimentos em Fontes Alternativas de Energia Elétrica – PROINFA, e o Programa de Investimentos em Biodiesel. Ambos contribuem para uma maior diversificação da matriz energética, aumentando a segurança do abastecimento.

“Com relação ao setor de telecomunicações, o BNDES vem apoiando investimentos na melhoria da qualidade dos serviços e na evolução tecnológica das empresas de telefonia fixa e celular, desde a reestruturação e a privatização ocorridas em 1998, tendo desembolsado até

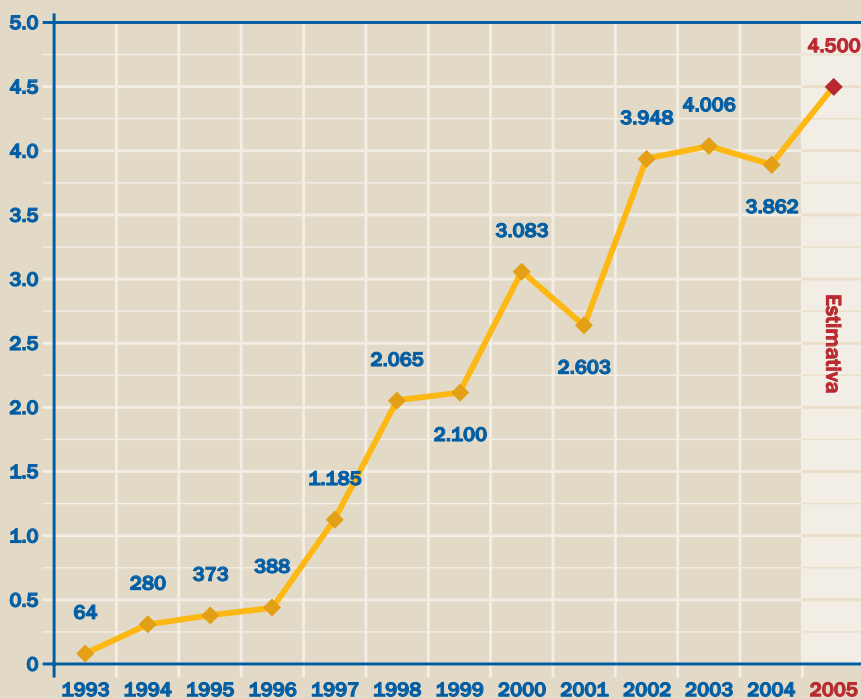
## BNDES: um aliado das exportações

Para exportar numa economia globalizada, é preciso bem mais do que um bom produto. Um dos requisitos mais importantes para garantir a competitividade no mercado externo é justamente o financiamento.

Através do programa BNDES-exim, as empresas brasileiras de qualquer porte têm à sua disposição várias linhas de financiamento voltadas para a realidade e para as exigências do mercado internacional. Cada caso é um caso e as intenções das empresas interessadas em entrar ou em continuar no mercado de exportações são analisadas pelos técnicos do Banco.

Entre 2000 e 2004, o BNDES financiou US\$ 21 milhões de capital de giro para exportação, em quatro operações que incluíram mais de 200 micros, pequenas e médias empresas, produtoras de calçados e artefatos de couro, por meio da empresa Ancla South Service Trading, com sede no Rio Grande do Sul.

Este é um exemplo da atuação do BNDES, que opera em parceria com uma rede de agentes financiadores habilitados, que inclui a maioria dos bancos que atuam no território brasileiro. Além disto, o Banco também utiliza os



serviços de mais de 100 bancos estrangeiros em vários países. Cerca da metade das mais de 1.100 operações de exportações que o BNDES realizou em 2003 tiveram valor inferior a US\$ 500 mil e foram efetuadas com processamento simplificado.

Nos financiamentos pós-embarque, o BNDES costuma operar com uma série de garantias, que são escolhidas de

acordo com a característica de cada operação. As garantias mais frequentes são o seguro de crédito à exportação oferecido pelo governo brasileiro por meio da IRB Resseguros S.A em conjunto com a Seguradora Brasileira de Crédito à Exportação. Para operar com países da América Latina é usado o Convênio de Pagamentos e Créditos Recíprocos, mais conhecido como CCR.



hoje R\$ 13 bilhões. A participação da Telecom Itália no Brasil teve apoio financeiro do banco.”

João Carlos Cavalcanti informou, também, que o banco é o agente financeiro da Marinha Mercante. Usando recursos de um fundo federal, o BNDES pode financiar não só a construção de navios como também a implantação de novos estaleiros no Brasil.

“Desembolsamos, em 2004, R\$ 640 milhões, como agente do fundo, para a construção de navios para operações *offshore* e também para a navegação de cabotagem. Estes financiamentos são para armadores nacionais e estrangeiros e significam um esforço para aumentar o transporte marítimo de cargas. Não é tarefa fácil, já que alguns estaleiros atravessam situação financeira delicada. Temos, ainda, o projeto de financiar a expansão da frota de óleo da Petrobrás por meio de um programa lançado recentemente pelo presidente Lula para renovação da frota brasileira de petroleiros.”

*“O grande porte de alguns investimentos reflete a expectativa de manutenção do ciclo de crescimento econômico”*

JOÃO CARLOS CAVALCANTI

O superintendente do BNDES terminou sua exposição revelando-se otimista e afirmou que o país tem hoje condições de dar continuidade ao crescimento iniciado em 2004.

“Os números atuais da carteira de operações do BNDES mostram disposição da retomada dos grandes investimentos em infra-estrutura e insumos básicos. O grande porte de alguns investimentos em análise reflete a expectativa por parte do setor privado de manutenção do ciclo de crescimento da economia brasileira a médio e longo prazos. É fundamental, para isso, a existência de linhas de financiamento adequadas aos grandes projetos, tanto em termos de prazos quanto de custos.”



Abelardo de Oliveira Filho: “Sem um marco regulatório, é difícil atrair investidores privados”

## Cooperação no saneamento básico e na telefonia

O saneamento básico e convênios de cooperação técnica entre o Brasil e Itália na área ambiental foram os principais assuntos da exposição do Secretário Nacional de Saneamento do Ministério das Cidades, Abelardo de Oliveira Filho,

que apontou as deficiências do setor. Diego Tomassini falou da atuação do Instituto Italiano para o Comércio Exterior e Franco Bertone, Diretor da Tim Brasil, tratou da trajetória desta empresa em território brasileiro.

## Necessidades brasileiras de investimentos em sistemas de água e esgoto (em milhões de reais)

Investimentos	Norte	Nordeste	Sudeste	Sul	Centro-Oeste	BRASIL
<b>2000</b>	6.753,8	16.888,5	27.165,5	12.984,2	6.320,3	<b>70.112,3</b>
<b>2010</b>	11.274,6	27.318,8	50.349,3	23.211,0	11.470,2	<b>123.623,8</b>
<b>2015</b>	13.835,5	32.267,2	62.416,0	28.098,3	14.506,9	<b>151.123,9</b>
<b>2020</b>	16.307,3	37.324,6	74.404,0	33.055,2	17.314,0	<b>178.405,0</b>

Fonte: Ministério das Cidades – Secretaria Nacional de Saneamento Ambiental

**A**inda existem 45 milhões de pessoas sem acesso à água de qualidade, segundo dados de 2000. Praticamente metade da população não tem serviços de esgoto e 15 milhões não têm coleta regular de lixo. Qualquer chuva vira um transtorno, principalmente nas grandes cidades. Tudo isso por falta de uma política nacional de saneamento e por ausência de investimentos. Para enfrentar esta situação, seriam necessários investimentos da ordem de R\$ 178 bilhões ao longo de vinte anos, entre 2000 e 2020. Cálculos técnicos informam que seria preciso investir 0,45% do PIB por ano, a partir de 2004.”

A maior parte das companhias de saneamento é pública e o grande desafio é aumentar a eficiência e a gestão dos operadores, sejam eles públicos ou privados. O Brasil tem 5.561 municípios, dos quais 3.921 são servidos por companhias estaduais de saneamento; 1.600 têm saneamento operado pelos municípios e apenas 67 têm a participação de empresas privadas, alguns deles em regiões metropolitanas importantes, como Niterói e Campos (RJ), Manaus (AM), Campo Grande (MS), Limeira e Ribeirão Preto (SP). Estas cidades desenvolveram uma espécie de PPP na área de tratamento de esgoto.

O Secretário Nacional de Saneamento do Ministério das Cidades informou, também, que sem marco regulatório é difícil atrair investidores privados.

*“O Governo Federal está financiando a primeira PPP do saneamento: a construção do emissário submarino de Salvador”*

**ABELARDO DE OLIVEIRA FILHO**

“Um projeto de lei foi encaminhado para a Câmara, em 2005. Este projeto passou dois anos sendo construído e garante a autonomia dos municípios. Permite ao Estado definir as funções públicas. Resgata os direitos dos usuários e garante a segurança jurídica aos contratos. Além disso, define a gestão dos serviços de saneamento básico, entendendo estas ações como abastecimento de água, esgotamento sanitário, manejo dos resíduos sólidos e manejo das águas fluviais. Dispõe que a gestão envolve planejamento, fiscalização e prestação dos serviços. O Brasil é o único país do mundo onde esse setor é auto-regulado, ou seja, os próprios operadores definem as tarifas

que cobram, onde aplicam os recursos e não dão satisfação ao poder concedente nem aos usuários.”

Abelardo de Oliveira Filho informou que o Governo Federal está financiando a primeira PPP na área de saneamento: a construção do emissário submarino de Salvador, financiada com recursos do FGTS. Ele afirmou, ainda, que para aumentar a cobertura dos serviços de saneamento básico, dois componentes que, anteriormente, não eram financiados com recursos do FGTS foram incluídos: o manejo de resíduos da construção e demolição, e a preservação e recuperação de mananciais.

### Experiência italiana

A Itália tem ampla experiência na área de saneamento ambiental, dentro de uma visão integrada de trabalho com gestão de recursos hídricos. Isto envolve o abastecimento de água e o manejo das águas pluviais urbanas, além do tratamento dos resíduos e do esgotamento sanitário. As possibilidades de parceria com o Brasil nesta área são bastante amplas.

“A cooperação italiana com o Brasil tem como componentes principais a gestão de território e o manejo das áreas urbanas, que já contou com a capacitação de agen-

tes municipais, em um projeto piloto desenvolvido em quatro cidades, escolhidas em função de algumas particularidades. Manaus, por causa da grande necessidade local do manejo das águas pluviais urbanas de forma ambientalmente correta; Recife, cujos rios são muito poluídos; Belo Horizonte, que já elaborou um plano municipal de saneamento envolvendo ações integradas; e Santo André, que já tem uma autarquia para atender os serviços de esgotamento sanitário, manejo de resíduos sólidos, manejo das águas pluviais e educação ambiental. Uma outra ação de cooperação em andamento é um curso de gestão integrada das águas e dos resíduos nas cidades, com participação de 45 alunos do Brasil e de países da América Latina e da África.”

Abelardo de Oliveira Filho acha possível que ações deste tipo dotem o setor de técnicos e gestores com capacidade para formar programas e planos integrados de saneamento ambiental no espaço urbano. O material gerado nos cursos vai permitir a publicação de um manual em italiano e em português.

### **Futuro da cooperação**

O Secretário Nacional de Saneamento revelou-se otimista quanto ao futuro da cooperação entre os dois países, afirmando que as duas partes estão inteiramente satisfeitas com a primeira fase do processo. Segundo ele, existe ainda a perspectiva da construção de obras-piloto aproveitando o conhecimento difundido nos cursos.

Uma outra iniciativa que pode sair do papel, segundo o Secretário de Saneamento, é o Programa 100 Cidades. “A idéia é escolher cem cidades brasileiras para trabalhar em cooperação técnica, envolvendo diversos aspectos da política de desenvolvimento urbano, dentro da visão integrada do saneamento ambiental e atuando com trocas de experiências entre Brasil e Itália”.

### **Brasil é prioridade**

O segundo expositor do Painel II foi Diego Tomassini, do Instituto Italiano para o Comércio Exterior, que tem mais de cem escritórios em cerca de oitenta paí-



Diego Tomassini revelou que busca parcerias ambientais com cidades de porte médio.

ses e 16 escritórios na Itália. Trata-se de uma agência do governo italiano que depende diretamente das atividades produtivas da Itália e tem o objetivo de promover e incentivar produtos e serviços italianos. O Instituto é parceiro das empresas italianas que trabalham no exterior. Assiste estas empresas nos processos de internacionalização e opera em conexão com os ministérios do Exterior e das Atividades Produtivas, além de associações de empresas, governos regionais, câmaras de comércio e organizações internacionais.

Segundo Diego Tomassini, a instituição já realizou quinhentos estudos de mercado e pesquisas setoriais em diversos países, e editou 137 guias. Em 2005, foram investidos € 82 milhões. “Estamos realizando cerca de 130 projetos em oitenta países. Assistimos 16.500 empresas italianas e 22 mil empresas estrangeiras. Destas, 1.700 são brasileiras”.

Para o Ministério das Atividades Produtivas da Itália, o Brasil é prioridade, ao lado da China, da Rússia e da Turquia. Tomassini informou, também, que existe um orçamento de € 2,8 milhões para promover o intercâmbio comercial com o Brasil, o que representa 55% de todos os recursos italianos para o intercâmbio com a América do Sul.

*“O Brasil representa 55% de todos os recursos italianos para o intercâmbio com a América do Sul”*

**DIEGO TOMASSINI**

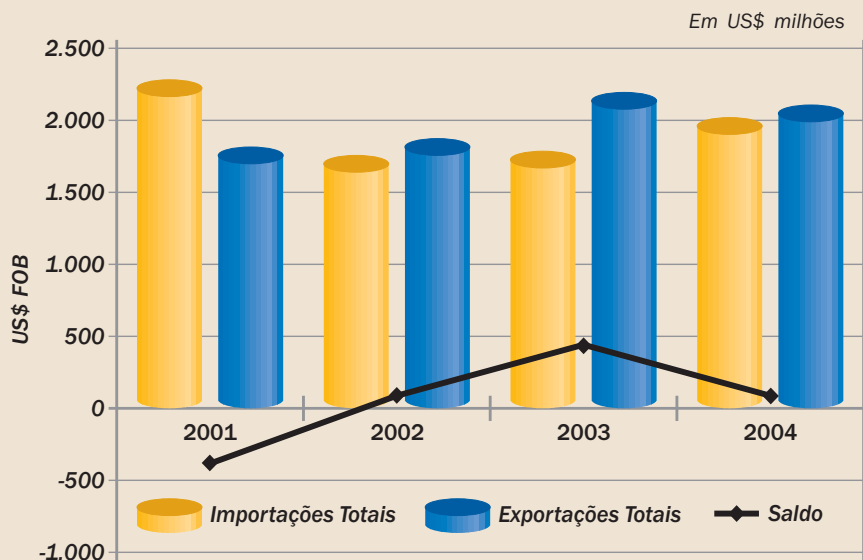
“Nós participamos com nossas empresas de dez feiras brasileiras e realizamos 16 missões de operadoras brasileiras na Itália em 2005. Além disto, promovemos 13 cursos de formação para empresas nacionais. Tivemos contato, este ano, com 45 mil operadores brasileiros e isso revela o interesse que o governo italiano tem no intercâmbio comercial com o Brasil.”

Em 2002, o instituto realizou quatro seminários bilaterais Brasil-Itália. Um deles foi sobre proteção ambiental e saneamento, envolvendo cerca de quatrocentos operadores brasileiros e trinta italianos.

“O instituto tem um convênio com o Ministério do Meio Ambiente da Itália, para o desenvolvimento de atividades relacionadas a acordos assinados entre o governo italiano e o brasileiro. A Itália tem interesse em investir no processo de saneamento. O manejo dos resíduos tornou-se uma atividade lucrativa que



## Comércio entre Brasil e Itália



Há um certo equilíbrio entre exportações e importações dos dois países

### O Brasil importa da Itália

- Máquinas e aparelhos mecânicos
- Produtos eletroeletrônicos
- Veículos

### A Itália importa do Brasil

- Couro e produtos de couro
- Minerais e cereais
- Sementes, frutas produtoras de óleos vegetais e produtos afins

Fonte: Instituto Italiano para o Comércio Exterior



“Cerca de 86% do crescimento de assinantes da Telecom Itália em um ano foi alcançado no Brasil”

FRANCO BERTONE

pode gerar receita a ser empregada em outras atividades.”

Diego Tomassini afirmou que os italianos estão buscando parceiros para desenvolver projetos na área ambiental, já que o país vai ter que comprar créditos de carbono. Ele acredita, também, que as cidades médias terão uma atenção especial.

“Estamos interessados em desenvolver parcerias com cidades de tamanho médio, de cem a 50 mil habitantes, porque sabemos que comunidades deste porte ainda não foram totalmente assistidas por programas internacionais. Acreditamos que, por ser este o tamanho médio das cidades italianas, nós temos condições e tecnologias para atuar com eficiência.”

### Exemplo de sucesso

O Painel II terminou com a exposição de um caso de sucesso de uma empresa italiana no Brasil. O Diretor da Tim Brasil, Franco Bertone, falou da trajetória do

Grupo Telecom Itália, que atua em território brasileiro desde 1998, quando adquiriu operadoras de banda A e B nas regiões Sul e Nordeste. Em 2001, o grupo se transformou na única empresa de telefonia móvel com alcance nacional.

“O Brasil é uma prioridade para nós. Cerca de US\$ 7 bilhões já foram investidos entre 1997 e 2004, no país. Hoje, a empresa tem mais de 18 milhões de assinantes e é a segunda maior operadora do país em participações de receita e mercado. Segundo pesquisa da revista Carta Capital, a Tim Brasil é a empresa de telefonia móvel mais admirada.”

O diretor da Tim Brasil informou que cerca de 86% do crescimento da base de assinantes da Telecom Itália, entre setembro de 2004 e setembro de 2005, foi alcançado no Brasil. Este percentual representa o equivalente a cerca de 40% do total de assinantes de todo o grupo. A política para a atuação é

buscar a convergência, uma palavra mágica do setor de telecomunicações que procura envolver o trabalho das empresas, a tecnologia e a oferta.

“A convergência é uma realidade no mercado do Brasil. O grupo Telemar tem telefonia fixa, Internet e parte de dados. A Brasil Telecom tem telefonia fixa e móvel. A Embratel detém parte de televisão por cabo e Internet. O que o cliente quer, realmente, é algo complexo na execução, mas simples no conceito. O cliente tem um interesse limitado na tecnologia e muito forte nas soluções. Ele quer preços baixos e bom atendimento.”

O diretor da Tim Brasil terminou sua exposição citando um exemplo de participação da empresa em parceria. “O pólo industrial no município de Santo André, na região metropolitana de São Paulo, é um belo exemplo de PPP. Ele ocupa uma antiga fábrica de pneus onde foram instalados os serviços de *call center* (atendimento ao cliente), o *data center*, o centro de desenvolvimento de *software*, a produção de documentação e parte da segurança de rede.”



# Moda e lazer estreitam o comércio entre Brasil e Itália

*Setores do vestuário e do turismo podem desempenhar o papel de alavanca na criação de laços mais fortes entre brasileiros e italianos*



Na mesa do Painel III, João Augusto de Souza Lima e o Secretário de Turismo do Estado do Rio de Janeiro, Sérgio Ricardo de Almeida.

O Painel III, presidido por Sérgio Ricardo Martins de Almeida, Secretário de Estado de Turismo do Rio de Janeiro, teve como tema O Estado Atual das Relações Comerciais – os Setores de Moda, Design e Turismo. Sugestões para o Governo Federal e

para os empresários foram feitas neste painel, deixando claro que só a identificação entre o povo brasileiro e o italiano não é suficiente para incrementar trocas comerciais entre os dois países. É preciso vontade política e espírito de iniciativa.

O primeiro expositor foi Fernando Valente Pimentel, Diretor-Superintendente da Associação Brasileira da Indústria Têxtil – ABIT. Ele começou falando da dimensão atual do mercado têxtil brasileiro, mostrando números animadores.

“O setor têxtil de confecções do país fatura por ano US\$ 25 bilhões. Exportou US\$ 2 bilhões em 2004, tem mais de 30 mil empresas, emprega direta e formalmente mais de 1,5 milhão de pessoas e tem investido em torno de US\$ 1 bilhão

por ano, nos últimos dez anos. Os investimentos realizados no setor, além de terem gerado bons preços para o consumidor, foram responsáveis pelo crescimento expressivo das vendas externas do país.”

Apesar do volume de recursos gerado pelo setor de vestuário no país, Fernando Pimentel considera a participação da indústria têxtil do Brasil no mercado mundial ainda pequena, mas há inúmeros potenciais a serem desenvolvidos. “Mesmo tendo uma participação pequena no mercado mundial, já que a indústria têxtil é mais voltada para o mercado doméstico, a possibilidade de aumento dos negócios com a Itália é de enorme importância, principalmente se for levada em conta a perspectiva da conclusão de um acordo entre o Mercosul e a União Européia”.

### Desafio chinês

O Diretor-Superintendente da ABIT acredita que a criatividade do setor têxtil do Brasil e da Itália favorece os dois países, mas a China representa um grande desafio para ambos. Isto se traduz na cifra de US\$ 400 bilhões em comércio mundial, da qual os chineses deverão dominar cerca de 25%.

“Já que estamos tratando do Brasil e da Itália, podemos afirmar que são dois povos criativos e com uma história que demonstra capacidade de desenvolver e de apresentar soluções para o mercado de vestuário e de calçados. É bom lembrar, porém, que, atualmente, todos os países estão vivendo, ao mesmo tempo, um enorme desafio e grandes oportunidades. Em 2004, com o fim de um acordo global de têxteis e vestuário, este mercado, que foi contingenciado por mais de quarenta anos, passou a ser um mercado livre até meados de 2005, quando a União Européia restabeleceu restrições voluntárias à China.”

Dentro de um ambiente com possibilidade de transações mais livres, o gigante chinês aproveitou todas as oportunidades. Por isto, segundo Fernando Pimentel, as exportações de têxteis da China, em 2005, devem fechar com praticamente o mesmo volume das exportações totais do Brasil.

## Exportações italianas da cadeia têxtil

### Principais destinos

Valores em US\$ milhões				% Share	% Var.
Países	2002	2003	2004	2004	04-03
<b>Total</b>	<b>25.885</b>	<b>29.472</b>	<b>32.667</b>	<b>100,00</b>	<b>10,84</b>
EU - 25 países	14.580	16.316	17.838	54,61	9,33
Alemanha	3.751	3.949	4.181	12,80	5,86
França	2.761	3.211	3.548	10,86	10,52
EUA	2.094	2.210	2.391	7,32	8,22
Espanha	1.521	1.866	2.137	6,54	14,53
Reino Unido	1.637	1.751	1.961	6,00	12,01
Romênia	1.087	1.354	1.550	4,75	14,51
Suíça	960	1.312	1.545	4,73	17,77
Japão	1.025	1.151	1.158	3,54	0,60
Hong Kong	750	853	989	3,03	15,97
Rússia	626	770	941	2,88	22,31
Turquia	460	580	830	2,54	43,23
Tunísia	640	736	810	2,48	10,12
Holanda	660	726	793	2,43	9,17
Grécia	581	658	776	2,38	17,93
Bélgica	638	682	775	2,37	13,75
Portugal	524	561	607	1,86	8,25
Áustria	441	489	564	1,73	15,44
Polônia	376	439	443	1,35	0,80
Brasil	54	51	65	0,20	27,38

Fonte: GTIS - Global Trade Information Service

“Teremos que enfrentar a competição legal e ilegal da China. No ano passado, das cerca de trinta mil toneladas de vestuário embarcadas da China para o Brasil, registramos em nossos portos a entrada de apenas nove mil toneladas. Onde foram parar as outras 21 mil toneladas? De alguma maneira elas estão no mercado brasileiro. Este é um caso de polícia.”

### Relações com a Itália

Os produtos nacionais estão tendo acesso em massa ao mercado mundial. As marcas brasileiras estão sendo vendidas como parte de um esforço de exportação realizado já há alguns anos. Em termos de Itália, segundo o Diretor-Superintendente da ABIT, o Brasil ainda é deficitário e mantém, ao mesmo tempo, uma relação bastante forte com as marcas italianas, que atualmente estão muito presentes no mercado brasileiro.

“Já tivemos um comércio com a Itália muito maior do que temos hoje e, em 2005, devemos repetir o nível de comércio do ano anterior. O mercado de têxteis da Itália representa cerca de 8% do mer-



“Se for bem desenvolvido, o turismo, teremos um produto de alto nível com muitas divisas”

**OSWALDO TRIGUEIROS JR.**

cado mundial e conta com uma grande dose de valor agregado. A Alemanha é o principal comprador dos italianos, e o Brasil compra apenas 0,20% do que a Itália produz”.



Segundo Fernando Pimentel, uma semana de moda, além de negócios, também estimula o turismo.

Fernando Pimentel acredita também que, com mais de trinta escolas de moda, o Brasil tem inúmeras possibilidades de se tornar uma grande potência do mercado têxtil. “Estamos misturando a capacidade produtiva brasileira, os baixos custos, o *design* e o *know how* italianos, já que temos escolas cujo ensino transmite conceitos estabelecidos pelos grandes criadores europeus. Acho que tudo isto tem contribuído para dar grande qualidade à moda brasileira, que poderá disputar mercados mundiais e atrair investimentos.”

A Itália é o segundo maior fornecedor de máquinas e equipamentos para têxteis e confecções no território brasileiro. O principal fornecedor é a Alemanha e, em terceiro lugar, situa-se o Japão. O Diretor-Superintendente mostra que a China também vem crescendo de forma expressiva, já que, hoje, os técnicos calculam que os empresários chineses são os maiores produtores mundiais de unidades de maquinaria para vestuário.

Quando se trata do futuro da relação bilateral Brasil-Itália em seu setor, Fernando Valente Pimentel é otimista. “Vejo sob uma ótica positiva as possibilidades de transações comerciais entre o Brasil e a Itália nas áreas de moda, design e turismo. Uma semana de moda como a *Fashion Rio* e a *São Paulo Fashion Week*, realizadas anualmente, atraem um turismo de negócios de grande importância para os dois países.”

“*Estamos misturando a capacidade produtiva brasileira e o design de moda italiano*”

FERNANDO VALENTE PIMENTEL

No final de sua exposição, o Diretor-Superintendente da ABIT parabenizou o governo do Estado do Rio de Janeiro por ter modificado a legislação relacionada ao ICMS, ajudando a desonerar vários setores industriais, entre eles o de vestuário.

Logo após a exposição de Fernando Pimentel, o Presidente do Conselho de Turismo da Confederação Nacional do Comércio, Oswaldo Trigueiros Junior, aproveitou a ocasião para dizer que o Brasil precisa de parceiros para o turismo de moda. “Se desenvolvermos bem o turismo, teremos um produto de alto nível com muitas divisas”. Ele sugeriu que, nos próximos seminários organizados pela FCCE, estejam presentes representantes e parceiros do ramo do turismo internacional.

### Vôo direto

O presidente do Painel III, Sergio Ricardo Martins de Almeida, preferiu se manifestar ao fim da sessão. Ele abordou alguns dos problemas que, na sua opinião, prejudicam o desenvolvimento do turismo.

“Todo o esforço para desenvolver esta área é feito em função de um Plano Diretor de Turismo. Trata-se, pois, de um trabalho técnico realizado por especialistas. A questão da infra-estrutura de apoio é fundamental para que as atividades turísticas possam crescer em nosso estado. Faço um apelo ao Governo Federal para que seja recuperada a estrada BR-101, que atravessa o estado e está em péssimo estado. Somente por meio desta via se pode chegar a um número grande de *resorts* e outros estabelecimentos turísticos nos quais já foram investidos milhões de dólares. Não só a parte Norte da BR-101 está em péssimas condições, mas também a parte Sul da estrada.”

Mesmo sendo considerado a porta de entrada do Brasil e tendo hoje um número de visitantes maior do que todo o Nordeste, o mercado de turismo do Rio de Janeiro ainda tem muito a crescer em território fluminense, segundo Sergio Ricardo de Almeida. Para tentar atrair ainda mais visitantes, ele fez uma sugestão para os empresários e para os governos interessados no desenvolvimento do setor.

“Esperamos que possamos voltar a contar com vôos diretos da Itália para o Rio de Janeiro. Um dos motivos da redução dos vôos internacionais foi o aumento da taxa de ICMS do combustível, feita na gestão do então Governador Marcelo Alencar. Este aumento tirou a competitividade do Rio de Janeiro com relação a São Paulo. O imposto voltou a baixar e, hoje, este problema já está resolvido; por isto os vôos poderiam voltar. O apelo que fazemos é no sentido de um esforço conjunto para a atração de novos vôos.”

O Secretário de Estado de Turismo do Rio de Janeiro aposta num convênio entre o Brasil e a Itália para poder estreitar ainda mais os laços entre os dois países nos setores de turismo e de geração de trabalho e renda.

“Firmamos um convênio com uma consultoria italiana por orientação do consulado italiano no Brasil. Assinamos uma carta de intenções para buscar *expertise* da Itália em relação a cursos e treinamentos e também à capacitação de mão-de-obra. Nós estamos levando fé neste convênio que foi feito com as secretarias de turismo e de trabalho.”





Federico Baroglio, Ernesto Massimo Bellelli, o Embaixador Paulo Pires do Rio, o Ministro Marcio Fortes de Almeida e Gustavo Capanema.

## Seminários contribuem para disseminar a cultura exportadora

Ao dar início à sessão solene de encerramento do Seminário Bilateral de Comércio Exterior e Investimentos Brasil-Itália, o Presidente da Federação das Câmaras de Comércio Exterior – FCCE, João Augusto de Souza Lima, designou o Ministro de Estado das Cidades, Marcio Fortes de Almeida, para a presidência da mesa. Como membros da mesa, foram também convida-

dos o Ministro, interino, do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, Ivan Ramalho; o Cônsul-Geral da Itália no Rio de Janeiro, Ernesto Massimo Bellelli; o diplomata Paulo Pires do Rio, Ex-Embaixador do Brasil na Itália; o Lugar-Tenente da Ordem do Santo Sepulcro no Brasil, Gustavo Affonso Capanema; o Superintendente de Infra-Estrutura do BNDES, João

Carlos Cavalcanti; e o Presidente da Câmara de Comércio Ítalo-Brasileira do Rio de Janeiro, Federico Baroglio.

O Ministro das Cidades considerou que a tarde dedicada à análise das relações bilaterais entre Brasil e Itália foi rica em informações e manifestou o desejo de enriquecê-la ainda mais, com a participação do Ministro Ivan Ramalho, a quem passou a palavra. O ministro iniciou sua fala reiterando o prazer com que, mais uma vez, tomou parte de seminários concebidos e realizados pela



Federação das Câmaras de Comércio Exterior e lembrou que, pessoalmente, ou através de técnicos qualificados, seu ministério se fez presente em todos os encontros realizados em 2005. Em seguida, elogiou a FCCE e seu dirigente máximo pela realização e pela continuidade, sem quebra da qualidade, desses seminários bilaterais, esclarecendo que eles têm ajudado – “e muito” – o incremento das relações comerciais entre o Brasil e seus grandes parceiros internacionais. Os seminários bilaterais, segundo ele, têm contribuído para que o Brasil atinja as metas estipuladas pelo Ministro Luiz Fernando Furlan, titular da pasta de comércio exterior.

Ivan Ramalho lembrou que o Brasil conseguiu, em 2005, um resultado expressivo na área do comércio exterior. As exportações cresceram, assim como as importações, garantindo um aumento recorde do nosso intercâmbio, que tinha sido estimado em mais de US\$ 100 bilhões no início do ano – o que parecia apenas uma previsão otimista – mas acabou se configurando em realidade. O ministro expressou, ainda, sua confiança em que, neste ano, seja cumprida e também superada a meta estimada em US\$ 120 bilhões. Isto vai sig-



*“Os seminários bilaterais têm contribuído para que o Brasil atinja suas metas na área de exportação”*

MARCIO FORTES DE ALMEIDA

nificar que, em quatro anos de governo, o país terá dobrado o montante obtido com seu comércio exterior.

Na análise do Ministro Ivan Ramalho, este sucesso se deve também a fatores positivos da conjuntura internacional, constantemente apontados pelos analistas. É o caso dos aumentos de preços de algumas das *commodities* que nosso país exporta, a exemplo do minério de ferro e do petróleo, hoje um importante componente de nossa pauta comercial. Ivan Ramalho, contudo, não credita a esses fatores a causa principal do enorme salto brasileiro de comércio exterior. Em sua opinião, esse crescimento se deve, sobretudo, a um processo muito amplo de incentivo, de facilitação e de diversificação de nossos produtos, que contribuíram para acelerar o ritmo das exportações.

O ministro lembrou, também, que o Brasil não só ampliou largamente as exportações para outros países e regiões do mundo, como conseguiu ótimos índices de crescimento justamente no comércio com países que não figuravam como parceiros tradicionais. Citou como exemplo partes da Ásia e da África e países da Europa Oriental, do Caribe e da América Central.

Ivan Ramalho ressaltou, em seguida, que é justamente nesse campo, da diversificação e do incremento do comércio exterior, que os seminários promovidos pela FCCE têm se mostrado de grande valia. Ele disse que constatou esse fato por meio da participação constante nos seminários que envolveram o Brasil e países tão diferentes. Para reafirmar essa diversificação, o ministro levou ao plenário as informações de que nosso principal parceiro comercial, os Estados Unidos, já foram responsáveis por 25% das compras de nossos produtos, mas, atualmente, a participação americana representa 20% de tudo o que vendemos no exterior. Os 5% restantes estão pulverizados entre países com quem não tínhamos intercâmbio.

O palestrante ressaltou, entretanto, que o volume de exportações para a América do Norte não caiu e, pelo contrário, segue crescendo, o que demonstra cabalmente que ocorreu uma grande diversifi-



*“O Brasil registrou em 2004 mais de 600 produtos inéditos em sua pauta de exportações”*

IVAN RAMALHO

cação de destinos para os nossos produtos no exterior, estando os 80% restantes espalhados por mais de uma centena de países. Essa diversificação, lembrou Ivan Ramalho, trouxe consistência ao crescimento do nosso comércio exterior, que, atualmente, não se acha na dependência de um país, de um grupo de países, ou mesmo de contingências imediatamente ligadas às oscilações internacionais da economia e do mercado.

O ministro interino informou, ainda, que ocorreu uma enorme inclusão de produtos em nossa pauta de exportação, ressaltando que apenas no ano de 2004 o Brasil registrou mais de 600 produtos inéditos nessa pauta. A seguir, Ivan Ramalho reiterou que, no campo já mencionado da diversificação, experimentamos um alargamento nas origens de nossos produtos exportáveis. Ocorreu a inclusão de regiões e de estados que nunca haviam operado no comércio exterior e não conheciam nem praticavam os trâmites para o envio de seus produtos para fora do país. Foram beneficiados, desde 2004, pela criação e pelo desenvolvimento de um programa gerado pelo MDIC: o “Estado Exportador”. Este é um programa voltado especificamente para as oito unidades da federação que, à época,



*“O Brasil é o maior país católico do mundo, o que reforça as nossas ligações com a Itália e com o Vaticano”*

GUSTAVO AFFONSO CAPANEMA

ainda exportavam produtos com valor abaixo de US\$ 100 milhões/ano: Rondônia, Roraima, Amapá, Acre, Piauí, Paraíba, Alagoas e Distrito Federal.

O ministro acredita que o sucesso da política de comércio exterior pode ser aferido pela receita diária de nossas exportações – US\$ 500 milhões – resultado que é fruto do incremento da cultura da exportação. Este trabalho se deve não apenas ao governo, mas também às instituições vinculadas ao setor – caso da FCCE e de seus membros e dirigentes.

Com relação à Itália, que qualificou de grande parceiro comercial do Brasil (o comércio bilateral com o Brasil atingiu o montante de US\$ 5 bilhões em 2005), Ivan Ramalho disse que temos muito a aprender com o dinamismo de seu comércio exterior, que tem um número recorde de empresas especializadas nesse campo, o que pode servir de estímulo para o nosso crescimento. Para encerrar, o ministro reafirmou sua fé no desenvolvimento do comércio exterior brasileiro e reiterou a importância dos seminários da FCCE na disseminação da cultura da exportação, comprometendo-se a participar dos futuros encontros.

O presidente da mesa, Ministro Marcio Fortes de Almeida, ao assumir a palavra, pediu licença ao expositor Ivan Ramalho para lembrar a criação recente de um outro programa do Governo Federal de incentivo às exportações brasileiras: o “Exporta-Cidade”, já em vigor e com excelentes resultados. Em seguida, solicitou ao Embaixador Paulo Pires do Rio que, na qualidade de ex representante diplomático do Brasil na Itália, fornecesse ao plenário um breve depoimento sobre o seminário a que acabara de assistir. O embaixador declarou-se “maravilhado” por ter estado presente a uma tarde em que foram passadas em revista as relações bilaterais entre Brasil e Itália, atribuindo seu sucesso à liderança de João Augusto de Souza Lima.

Marcio Fortes de Almeida passou então a palavra a Gustavo Affonso Capanema, que iniciou sua fala afirmando que “gostaria de enaltecer o trabalho de Souza Lima à frente da Federação, da qual participo. Quero também mencionar a realização do Encontro Nacional dos Exportadores – Enaex, presidido por Benedicto Fonseca Moreira, um dos responsáveis pela cultura da exportação no nosso país. Há 20 anos ele luta inclusive com problemas da burocracia para que isto seja superado, para que a logística possa prevalecer. Ele tem sido um campeão.”

Gustavo Affonso Capanema ressaltou também que o Seminário “mostra a visão do coroamento dos esforços que o Governo brasileiro vem fazendo para aumentar a presença do país como exportador. Através da cultura de exportação superaram-se as dificuldades e o Brasil continua crescendo de maneira vertiginosa no processo de exportação, embora haja ainda muito para crescer na sua participação no contexto internacional.”

Em seguida, Gustavo Capanema disse que foi lembrada a sua condição de Lugar-Tenente da Ordem do Santo Sepulcro e que gostaria de dizer algumas palavras a respeito.

“Logo no início dos trabalhos, falou-se da nossa ligação com a Itália, país que é uma das grandes economias do mundo, tem um PIB extraordinário. Não podemos nos esquecer da presença da latini-

dade entre nós, brasileiros. Somos, como dizia um poeta, “a última flor do Lácio”. Ou seja, a língua portuguesa vem da região do Lácio, e Roma vem do Lácio. Além desse vínculo da língua, o Brasil tem 125 milhões de católicos, é a maior população católica do mundo. Isto nos vincula fundamentalmente à Itália, porque a sede da nossa catolicidade se encontra no Vaticano, que é um país na cidade de Roma. Se o Brasil não tem com a Itália aquela vertigem de comércio que tem com os Estados Unidos e o resto com a Europa, tem com Roma algo que nenhum outro país tem. Somos 125 milhões de pessoas ligadas ao Vaticano. Temos padres, bispos, cardeais, todos nomeados pelo Vaticano. Sem falar na estrutura espiritual das nossas famílias. Nascemos católicos e é assim que se faz a catolicidade no mundo.”

Após a palestra de Gustavo Capanema, o Ministro Marcio Fortes de Almeida passou a palavra ao Presidente da FCCE para as considerações finais. João Augusto de Souza Lima agradeceu e disse que os elogios feitos à sua atuação foram em parte ditados pela amizade. “Faço questão de dividi-los com a equipe do MDIC que, desde o primeiro dia, vestiu a camisa e apoiou os seminários. Todos estes apoios são as razões que nos permitem garantir a realização destes seminários e que nos emocionam. É importante realizar um trabalho e é mais importante ser reconhecido pelas autoridades federais, às quais agradeço não em meu nome, mas em nome da Federação. Isto tudo é trabalho de José Augusto de Castro, de Gustavo Capanema, de Paulo Fernando Marcondes Ferraz, enfim, da nossa diretoria. Recebo muito emocionado as referências, talvez exageradas, mas é muito gostoso receber elogios. Aos nossos empresários italianos, também os nossos agradecimentos. E a você, Gustavo Capanema, obrigado pela sua presença como conselheiro e como Lugar-Tenente do Santo Sepulcro de Jerusalém. Quando você diz que nesse momento eu sou superior, eu digo que você será sempre superior, pela qualidade da sua vida. E também ao Paulo Pires do Rio, um exemplo de diplomata e a todos os senhores e senhoras presentes.”

# Dois países que andam na moda

*Indústria brasileira é um bom negócio e tem muito a trocar com o setor fashion italiano.*

A moda brasileira fatura US\$ 25 bilhões por ano; emprega mais de 1,5 milhão de pessoas; e congrega mais de trinta mil empresas que investem cerca de US\$ 1 bilhão anualmente.

A Itália é sinônimo de elegância e se destaca, principalmente, na moda masculina, pois conta com uma alfaiataria riquíssima. A grande indústria de moda italiana – que se tornou marca registrada do país pelo bom gosto, qualidade e refinamento de seus produtos – é um fenômeno relativamente recente. Foi somente após a Segunda Guerra Mundial, nas décadas de 1940 e 1950, que começou a reconstrução italiana, financiada pelo Plano Marshall de apoio econômico à Europa do pós-guerra. Nesta época, a indústria têxtil do país teve condições de se modernizar e desenvolver.

O crescimento da produção de tecidos de alta qualidade foi possível, entre outros fatores, devido a uma mão-de-obra muito bem treinada, a qual conduziu a Itália, especialmente a região de Milão, ao topo da moda mundial.

Segundo o economista Fernando Valente Pimentel, Diretor-Superintendente da Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confeção – ABIT, Brasil e Itália têm muito a ver um com o outro quando o assunto é moda.

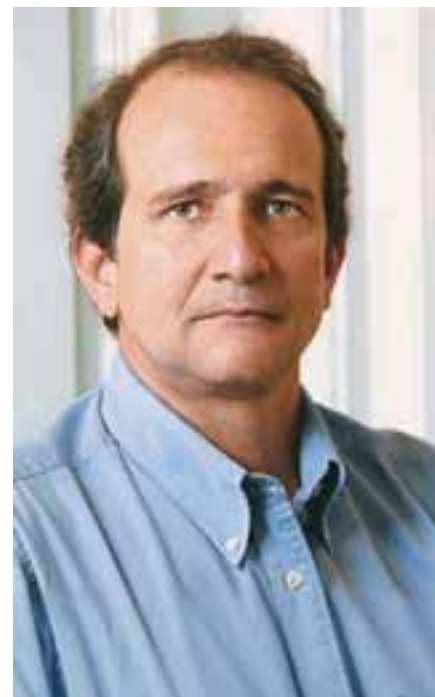
A tradição de costura doméstica italiana gerou condições para que a indústria da moda, tanto feminina como masculina, se desenvolvesse dentro do mercado mundial, culminando, na década de 1970, com a criação da Semana da Moda de Milão – ao lado das semanas de Paris, Londres e Nova Iorque – considerada, hoje, a mais importante do mundo.

## Presença brasileira

Segundo Fernando Pimentel, o Brasil tem muito a aprender com a Itália, mas também tem o que mostrar e ensinar.

“Bem mais jovem do que a moda italiana, a moda brasileira tem uma trajetória muito interessante. Durante muito tempo nossos olhos estavam voltados para fora, com pouco reconhecimento, valorização ou integração das nossas origens culturais e daquilo que representa a nossa arte, a nossa *expertise* maior. Hoje, a situação mudou. O mundo já reconhece no Brasil um pólo importante, gerador e formador de talentos e de exportação de moda, estilo e maneiras de viver.”

O diretor da ABIT afirma, ainda, que as semanas de moda do Brasil – a *São Paulo Fashion Week* e a *Fashion Rio* – estão presentes nas grandes revistas de moda internacionais e em *sites* especializados. São eventos relativamente jovens, se comparados às semanas de Milão e Paris, mas vêm se



“Temos participação pequena no comércio mundial de têxteis, um mercado de US\$ 400 bilhões que tende a dobrar em dez anos”

FERNANDO PIMENTEL

desenvolvendo e atraindo público e curiosidade cada vez maiores e, mais do que isso, gerando bons negócios.

## Novos tempos

No final de 2004, o Acordo de Têxteis e Vestuários – ATV, chegou ao fim e, assim, o mundo passou a não ter mais um controle global de cotas nesta área. A partir de então, acordos regionais e voluntários têm sido realizados pelos Estados Unidos e pela União Européia. Existe, atualmente, a possibilidade de um acordo do Mercosul com a União Européia, o que, segundo Fernando Pimentel, abrirá um espaço de cooperação e desenvolvimento ainda mais intenso, que pode incorporar, inclusive, a relação que brasileiros e italianos mantêm no mundo *fashion*.

“O Brasil tem hoje mais de vinte escolas de moda e o Instituto Europeu de Design, de origem italiana, mantém uma filial em São





Paulo. Várias marcas italianas estão instaladas aqui e somos o país com a maior venda, por metro quadrado, da marca Diesel no mundo, numa loja do Shopping Iguatemi, na capital paulista. Ao mesmo tempo, o Brasil está exportando moda praia, *lingerie* e jeans. Começa-se a criar, entre as marcas italianas sediadas no Brasil, uma cadeia de suprimento pautada na capacidade brasileira, que é enorme, principalmente no segmento de *jeans ware*, na malharia, no conceito de *street ware* ou de *fitness*.”

À medida em que acordos preferenciais sejam firmados entre o Mercosul e a União Européia, a produção brasileira, que começa a ser incorporada nas cadeias de suprimento das grandes marcas internacionais, pode crescer ainda mais.

### **Cultura italiana**

Segundo dados de 2000, fornecidos pela Embaixada da Itália, 25 milhões de

italianos e de descendentes vivem em território brasileiro, sendo seis milhões deles no Estado de São Paulo. Os imigrantes trouxeram para o Brasil um forte componente cultural latino, o que, segundo o diretor da ABIT, fortalece ainda mais os nossos laços.

“Tudo isso favorece o desenvolvimento da relação da moda brasileira com a italiana de maneira complementar. Ambas se autoalimentam. O mundo da moda busca sempre novidades e estamos nos inserindo no mercado internacional. Não estamos fechados ao que vem de fora, mas procuramos mostrar o que se produz aqui com grande competência e temos um estilo de vida único que se traduz na nossa vestimenta, na maneira de ser, de usar e de vestir a roupa, que funciona não só como abrigo, mas como enfeite.”







“Para competir com a China não devemos disputar a mesma faixa de mercado”

FERNANDO PIMENTEL

Para Fernando Pimentel, as linguagens populares desenvolvidas no Brasil, como as telenovelas, também são veículos de moda. A novela *Belíssima*, exibida pela Rede Globo, tem como um de seus temas principais a vida de uma grande empresária do ramo de *lingerie*, vivida por Glória Pires. A ABIT considera isso fundamental para o desenvolvimento da imagem e do conhecimento do setor moda no Brasil.

Como são, hoje, as trocas comerciais entre Brasil e Itália? O diretor da ABIT responde: “as nossas relações ainda não são fortíssimas. O Brasil exportou, ano passado, US\$ 2 bilhões de produtos têx-

teis em geral, dos quais US\$ 300 milhões de pluma de algodão. Exportamos também cerca de US\$ 1,7 bilhão de produtos manufaturados. Os italianos têm uma participação relativamente pequena neste contexto. A Itália exporta mais para o Brasil do que o Brasil para a Itália. Em termos de vestuário, são cerca de US\$ 45 milhões exportados pela Itália e US\$ 38 milhões exportados pelo Brasil. Há um espaço enorme para crescermos, pois ambos os povos são criativos e têm um modelo de desenvolvimento, nesta área, muito parecido.”

### Valorização do artesanato

“No mundo *fashion* atual, a valorização do artesanato brasileiro é extremamente importante. Basta observar o exemplo da Índia que exporta cerca de US\$ 14 bilhões por ano, dos quais US\$ 2,5 bilhões advêm deste tipo de produto. O Brasil tam-

bém está procurando valorizar o produto “feito pela mão do homem”. Segundo o ensaísta mexicano Octavio Paz, o artesanato conserva as impressões digitais de quem o fez e fala de um tempo imemorial onde ainda não havia uma separação entre os objetos utilitários e os objetos de arte. O artesanato brasileiro é, pois, símbolo de um retorno às origens; suas formas mostram nossa flora e fauna, e os minerais do subsolo são fontes de inspiração para o criador brasileiro. Todo este universo de grande riqueza material e simbólica precisa ser organizado, não basta apenas ser criativo para que os produtos possam chegar ao mercado.”

“Este é o papel que a ABIT vem desempenhando”, continua Fernando Pimentel, “com a realização de rodadas de negócios e participações em feiras e eventos que criam condições para que o mercado conheça os talentos nacionais

que não conseguem chegar ao mercado mundial por questões de custos, língua etc. Queremos mostrar e capacitar estes grupos a se integrar em escalas de produção maiores, como sub-contratados. Assim, estaremos divulgando nossa cultura por meio do jeans, da blusa, da saia, do biquíni, do adorno, dos acessórios e dos bordados. A moda brasileira vem ganhando destaque, porque está se organi-

*“Não somos fechados ao que vem de fora, mas procuramos mostrar o que produzimos: um estilo de vida único que se traduz em boa moda”*

FERNANDO PIMENTEL

zando e tem talento e criatividade. Ainda existem, claro, enormes barreiras. Temos pequenas empresas que sofrem para obter crédito, para dar conta da burocracia e da logística de transportes. Vamos trabalhar forte com a área de serviços e de atendimento, para que o mercado possa ser abastecido de forma adequada, a tempo e a hora.”

A moda representa, no Brasil, um faturamento de US\$ 25 bilhões por ano; emprega mais de 1,5 milhão de pessoas; congrega mais de trinta mil empresas que vêm investindo cerca de US\$ 1 bilhão por ano, nos últimos dez anos.

O Brasil tem participação pequena no comércio mundial de têxteis, um mercado que movimenta cerca de US\$ 400 bilhões e tende a dobrar nos próximos dez ou 12 anos. Nossa participação é de apenas 0,5%, aproximadamente. Para

Fernando Pimentel, “se temos a sensação de que muito há por fazer, há um grande incentivo, pois se passarmos de 0,5% para 1% dobraremos a participação neste mercado, com um potencial de US\$ 4 bilhões em exportação, uma fantástica possibilidade de geração de emprego, de renda, de inclusão social e de imagem positiva para o Brasil, porque a moda projeta um país.”

### **A competição com a China**

A ascensão da China como a maior potência do segmento têxtil e de vestuário é o grande desafio da indústria têxtil mundial. O país que até há pouco tempo era uma ameaça, em termos de preços de produto, está agora produzindo para grandes marcas internacionais com qualidade de etiquetas, inclusive italianas.

“Esta história de que a China é um país de produtos de baixa qualidade técnica, com pouco valor agregado, é coisa do passado. Os chineses têm um plano de trabalho e estão no décimo Plano Quinquenal. São pragmáticos e, tanto produzem artigos que demandam uma enormidade de gente, porque precisam dar emprego para toda a sua população, quanto se automatizam usando o que há de melhor em tecnologia. A China já é o quarto fornecedor de máquinas e equipamentos para a indústria têxtil e de confecção brasileira. Perde apenas para Alemanha, Itália e Japão. Há dez anos, a China era traço nesse segmento.”

Para competir com a China, o Brasil não deve disputar a mesma faixa de mercado. Fernando Pimentel garante que a ABIT tem orientado seus afiliados neste sentido.

“Precisamos nos inserir numa faixa que não seja de disputa frontal com a China. Para isto, vamos explorar nosso design, a criatividade, a ocidentalização e as escolas de moda. O chinês não tem, ainda, todo este *marketing* ocidental. É evidente que vai aprender, mas eles têm uma cultura e nós temos outra, no momento muito valorizada. O Brasil é um país que o mundo gosta, não um país que o mundo teme. Realmente, o desafio chinês é tremendo, mas Brasil e Itália têm muito a ganhar numa relação comercial que envolva moda, design, estilo, móveis e marmoraria, pois temos criatividade, infra-estrutura e custos competitivos.”

O Brasil enfrenta questões macroeconômicas de difícil solução, como altas taxas de juros e elevada carga tributária, o que, segundo a ABIT, acaba reduzindo a capacidade de inserir nossos produtos no exterior. Mesmo assim, eles são competitivos; se não fossem, não teríamos dobrado as exportações nos últimos cinco anos.

“Temos que encontrar nossa faixa de competição. Não minimizo o desafio que está sendo imposto a todas as cadeias produtivas mundiais, com a entrada da China, de forma marcante, em uma série de segmentos mercadológicas, inclusive de bens de tecnologia mais avançada. Acho porém que existe espaço para todos.”





# Consumidor europeu simpatiza com o Brasil e com seus produtos

*Europa quer importar muito mais, porém exige qualidade*

O Instituto Italiano para o Comércio Exterior tem mais de cem escritórios em mais de oitenta países, trabalhando no desenvolvimento e no favorecimento do comércio com a Itália.

No Brasil, dirigido por Ricardo Landi, o instituto tem escritórios em São Paulo e no Rio de Janeiro e atua em setores como mecânica, moda, têxteis e cosméticos.

A Itália, muito forte na produção de produtos agro-alimentícios, tem se dedicado também ao setor do meio ambiente. O representante do Instituto Italiano no Seminário Bilateral de Comércio Exterior e Investimentos Brasil-Itália, Diego Tomassini, enxerga na preocupação ecológica comum aos dois países boas possibilidades de relacionamento.

“Há três anos estamos trabalhando na área de meio ambiente, tendo como base um acordo entre os ministérios do meio ambiente italiano e brasileiro. Nós atuamos na análise e estímulo a projetos de Mecanismo de Desenvolvimento Limpo – MDL, por meio dos quais a Itália compra créditos de carbono.”

O Protocolo de Quioto, que entrou em vigor em fevereiro de 2005, incorporou em suas resoluções, por sugestão de técnicos e ambientalistas brasileiros, o MDL. Ele permite que os países desenvolvidos, obrigados a reduzir emissões de gases poluentes que aceleram o efeito estufa, possam financiar projetos sustentáveis nos países em desenvolvimento.

“Nossa expectativa é trazer para o Brasil empresas e grupos italianos que trabalhem com MDL e, dessa maneira, responder às necessidades estabelecidas no Protocolo de Quioto. A Itália, como a maioria das nações européias, é devedora de créditos de carbono e metano. Já o Brasil é um potencial credor. A emissão de gases



Diego Tomassini acredita que o Mecanismo de Desenvolvimento Limpo pode gerar bons negócios.

*“Nossa expectativa é trazer para o Brasil grupos italianos da área ambiental”*

**DIEGO TOMASSINI**

de efeito estufa não tem limites de fronteiras ou de países. Afeta simplesmente o mundo inteiro.”

Segundo Diego Tomassini, a Itália pretende estimular a instalação, em território brasileiro, de projetos que empreguem tecnologias eficientes de combate à poluição. Trata-se de tecnologia limpa desti-

nada a diminuir a emissão de gases de efeito estufa onde quer que eles sejam produzidos atualmente.

As Nações Unidas já aprovaram algumas metodologias de redução de gases, vinculadas ao tratamento de resíduos sólidos. Isto significa, principalmente, o tratamento efetivo de aterros sanitários de lixo. Um convênio entre a Itália e o Brasil foi assinado em dezembro de 2004, em Buenos Aires, durante uma conferência promovida pela ONU. Atualmente, o desafio é implementar estes convênios através de ações concretas.

### Comércio bilateral

No que se refere ao comércio bilateral, Diego Tomassini destaca que o saldo da balança comercial ainda pende positivamente para a Itália, mas ressalta que o relacionamento entre os dois países está crescendo muito.

“O Brasil está se tornando um país exportador não somente de matérias-primas, mas também de produtos acabados, manufaturados e de componentes. O crescimento tecnológico das empresas brasileiras tem sido rápido, o que está permitindo ao país sair do patamar das exportações tradicionais de produtos primários e chegar a um tipo de exportação de produtos muito mais competitivos.”

Assim como os outros países do Cone Sul, o Brasil pode ampliar suas exportações para grandes mercados, tendo em vista a perspectiva de um acordo entre a União Européia e o Mercosul. Para chegar lá, no entanto, as autoridades brasileiras têm que estar muito atentas, de acordo com Diego Tomassini, pois o consumidor europeu faz muita questão de manter os padrões de qualidade. A qualidade, portanto, é o diferencial europeu na hora da compra.

“O preço baixo não é mais suficiente para concorrer no mercado europeu. É preciso que o produto também tenha qualidade. O consumidor europeu é bastante exigente. Os produtos chineses, que vêm invadindo o mercado de todos os países da Europa são, em geral, mercadorias baratas, mas de baixa qualidade. Se o Brasil tentar trilhar o mesmo caminho não conseguirá atingir os níveis da China, pois é impossível competir com a eficiência da mão-de-obra chinesa. Os direitos humanos, em geral, não são respeitados na China, o que não costuma acontecer com tanta intensidade no Brasil. Enquanto no Brasil um assalariado ganha em torno de US\$ 150 por mês, na China os operários ganham US\$ 15. A competição, portanto, não pode ser em torno do preço, mas em torno da qualidade dos produtos e das condições sociais e ambientais em que foi elaborado.”

**As sandálias havaianas e os sucos de frutas acabaram se tornando uma marca registrada das exportações brasileiras para diferentes países europeus.**



O representante do Instituto Italiano para Comércio Exterior acrescentou: “o Brasil é um país maduro, pronto para competir no patamar médio de concorrência. É o líder do Mercosul e a maioria das mercadorias que são vendidas na América Latina são brasileiras. Acho que os brasileiros têm condições de entrar numa determinada faixa de mercado um pouco mais elevada.”

### Suco de laranja

O Brasil também tem se destacado em alguns setores diferenciados. É o líder mundial de exportação de suco de laranja, por exemplo. O suco de laranja brasileiro tem um padrão alto e é vendido no mundo inteiro.

“É um produto primário, não emprega alta tecnologia, mas tem grande qualidade. Este é o caminho que outros setores têm seguido e estão sendo bem-sucedidos, como, por exemplo, os que trabalham com o setor de moda praia e vendem biquínis brasileiros. Outro exemplo inquestionável de sucesso são as sandálias havaianas, que é algo muito simples, mas com padrão excepcional. As havaianas vendem muito. Outro diferencial é a simpatia dos europeus pelo Brasil. A mercadoria brasileira é muito bem aceita por lá. Esta é uma vantagem psicológica e cultural. Volto a dizer, ninguém na Europa descarta a qualidade. Um produto pode ser adquirido, num primeiro momento, pela simpatia da procedência, mas se não tiver qualidade, venderá uma vez só. Depois da primeira compra, virá a rejeição. Na realidade, a rejeição é tudo aquilo que um país exportador deseja evitar. E tudo leva a crer que se pode fazê-lo, trabalhando melhor as características positivas dos produtos e a continuidade dos fornecimentos.”

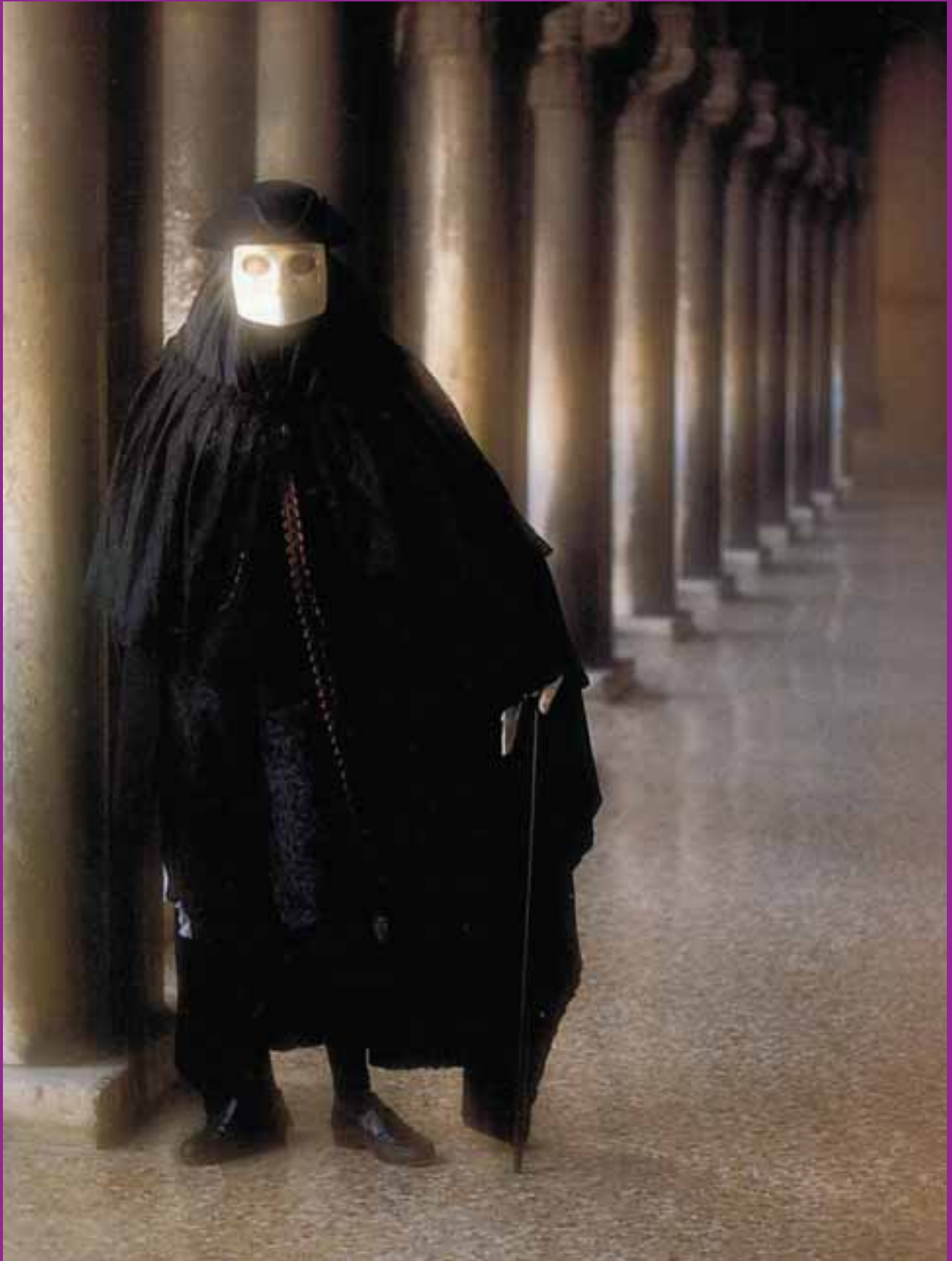


# *As máscaras de Veneza*



*Luxo, deslumbramento e bom gosto, temperados  
com muito sangue e crueldade!*

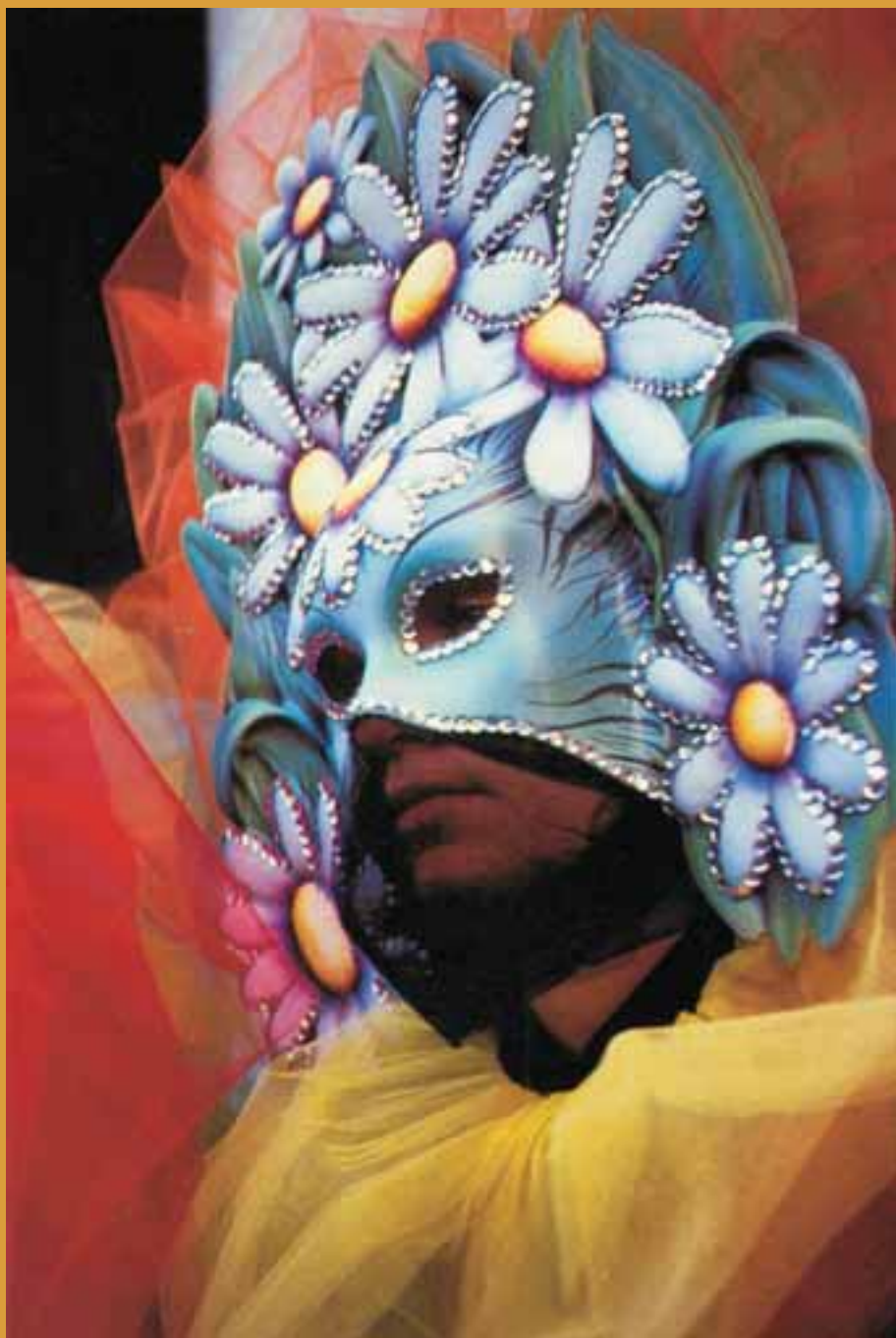
*É o Carnaval dos Doges*











O Carnaval, com pequenas diferenças daquilo que hoje ele representa, é uma festa que remonta aos tempos mais antigos, verificado e identificado nas “Dionisiacas” gregas, e também nas “Saturnais” romanas.

Festa de origem pagã, comemorava promessas e esperanças agrícolas. A partir do advento do Cristianismo, o Carnaval passou a representar, para o mundo ocidental, um prenúncio de reconhecimento e arrependimento dos pecados, da contrição, do elogio à piedade, caridade e devoção, atitudes essas normalmente relegadas a segundo plano, e mesmo esquecimento, durante todos os outros dias do ano...

O Carnaval precedia a Quaresma...

Realmente, uma estranha festa de apologia ao sexo indiscriminado, aos prazeres da carne, à prática de tudo aquilo que a sociedade casta considera “condenável”, enfim, um elogio à marginalidade, porém realizado, sempre, de uma forma genialmente plástica, inteligente, elegante, e, bem-humorada.

Uma auto-crítica explícita do ser humano, que, nesse período parecer dizer “repare em tudo aquilo que eu faço, aqui, agora, de uma forma escancarada, mas que não é correto, nem muito menos, piedoso...”

E as autoridades eclesásticas, sublimando os pecados intrínsecos do “Carnaval”, definiam-no, superficialmente, como uma “festa de Loucos”, ou, mais singelamente, “festa de Inocentes de Espírito”...

Carnaval... a palavra origina-se da expressão italiana “Carne Levare” que significa “dispensar a carne”, atitude de abstinência seguida durante a Quaresma, à qual o Carnaval precedia.

E nenhum “Carnelevare”, nenhuma mascarada pública, atingiu sucesso



igual ao do Carnaval de Veneza, sobretudo aqueles realizados nos Séculos XV e XVI.;

Em Veneza, o Carnaval era particularmente longo. A festa tinha seu início, oficialmente, no dia 26 de dezembro:

Sua Sereníssima Graça, o todo poderoso Doge de Veneza, em pessoa, com todas as formalidades, (inclusive assinatura de Decreto referendado pelo Conselho) dava autorização para que, a partir daquele data, até a próxima quarta-feira de cinzas, todos os venezianos pudessem circular pelas ruas... mascarados!

Para oficializar essa autorização, Sua Graça o Sereníssimo Doge aparecia na Praça de São Marcos, pomposamente paramentado, seguido por todos os membros do seu Conselho, precedido de uma enorme “máscara de papelão” caricata, bizarra, encomendada pelas próprias autoridades da República, máscara essa que suscitava a maior alegria, e gritos de comemoração do povo que ali, ansiosamente, ficara horas esperando pelo seu aparecimento.

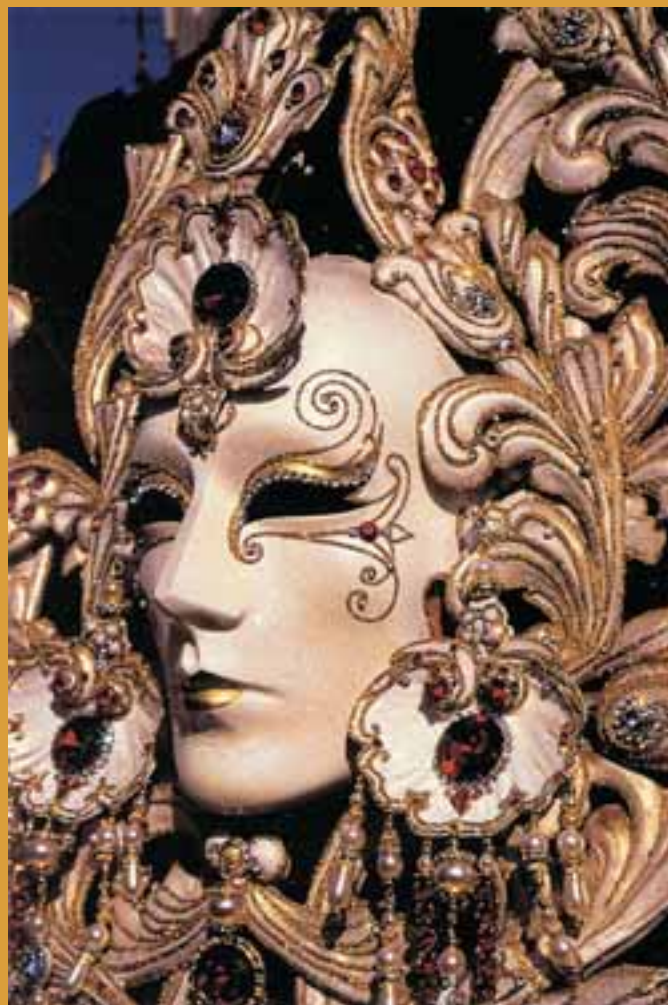
Começava assim, oficialmente, um longo período de magia, para todos os habitantes da cidade de Veneza.

A fantasia imperava na “Cidade dos sonhos” a partir desse momento...

Sonhos, muitos sonhos... desejos, deslumbramento, ilusões...

A toda poderosa Veneza deixava de ser, por um período de tempo, uma das maiores potências do mundo, para se transformar na maior potência... do sentimento e da magia!


Veneza elevava aos céus, ao patamar do “faz de contas”, e do paraíso quase infantil, milhares de almas agradecidas e reconhecidas por terem tido o privilégio de estar ali, naquele lugar mágico, na hora certa.











Usar uma máscara, impessoal, descharacterizada, “nivelava por cima” todos os venezianos.

Assim, as peixeiras, costureiras, prostitutas e lavadeiras igualavam-se às “patricias”, (condessas e marquezas) já que uma máscara disfarça o nível social, nivela as pessoas, vulgariza e generaliza as diferenças.

Mães de família, carregando seus filhos no colo, iam às compras e ao mercado, mascaradas, “mascarando-se também as crianças” divertindo-se em passar por aquilo que não eram, mas que sonhavam ser, subindo ou rebaixando, propositadamente, seus níveis sociais e econômicos...

Geralmente, quanto mais rica e suntuosa era a máscara, menos afortunado era o seu portador... e vice-versa!

Lavadeiras e costureiras economizavam o ano inteiro para poder, durante esse período, ostentar uma riqueza e um luxo com os quais sonhavam, mas aos quais não tinham acesso.

Durante o “Carnaval”, as comemorações eram de toda a natureza; bailes, festas, competições, representações, e sobretudo desfiles, nos grandes canais, em gôndolas regidamente enfeitadas, de acordo com as fantasias e máscaras de seus ocupantes.

Por ocasião desses desfiles, era muito comum o uso do “ovo de cheiro”...

O ovo de cheiro era simplesmente um ovo comum, de galinha, dos quais pacientes venezianos retiravam, através uma agulha de seringa muito fina, todo o seu conteúdo (clara e gema) e no seu lugar introduziam perfume, ou água de colônia.

Aí, então, munidos de dezenas desses artefatos, os jovens galãs arremessavam-nos contra os decotes das Senhoritas que “paqueravam” nas margens dos canais, ou dos balcões.

É claro que nem sempre esse “galanteio” atingia o objetivo desejado, já que, por vezes, quando eram arremessados, atingiam o olho, ou uma parte sensível da “Senhorita-alvo” e aí... pode-se imaginar o desfecho, para azar do nosso irresistível galã veneziano !

Mas, o Carnaval de Veneza, com todo esse esplendor e pompa, era primordialmente, um conjunto de espetáculos sangrentos e cruéis... em função de dois eventos, que eram os mais populares: o “taglio della testa al toro” e as “cacce ai tori”.



## O taglio della testa al toro

No Século XII, mais precisamente no ano de 1.162, o Patriarca de Aquiléia, denominado Ulrich, apoiado por 12 “feudatários” marquezes, invadiu a cidade de Grado, protetorado veneziano.

O Doge de Veneza Vitale II, armou, em tempo recorde, uma super-frota de navios, e recapturou a cidade, aprisionando o Patriarca e seus 12 “generais”. Em função da intervenção direta de S. Santidade o Papa Adriano IV, Ulrich e sua equipe tiveram suas vidas poupadas graças ao pagamento de um pesado tributo de guerra, e a promessa de enviar, anualmente, à cidade de Veneza (durante a época do Carnaval) um touro (que na realidade era um boi...) e 12 porcos, bem gordos, para serem “sacrificados” em Praça pública.

Desnecessário esclarecer que esses animais representavam o Patriarca e seus feudatários. Ai dos vencidos!

Esses animais eram sacrificados em Praça Pública, da forma a mais sangrenta possível, Dilacerados, rasgados ainda em vida, e na presença do próprio Doge, que se vestia todo de vermelho para essa cerimônia, o qual, depois desse banho de sangue, convidava as principais autoridades presentes, inclusive embaixadores estrangeiros, para um formidável banquete comemorativo!

Quando os carrascos acabavam de esquartejar esses animais, seus pedaços de carne, por ordem de Sua Graça o Doge, eram distribuídos entre os mendigos e prisioneiros de Veneza, com uma condição: que os mesmos comprovassem seu nascimento na cidade!

Esta cerimônia tinha lugar exclusivamente na quinta-feira de Carnaval, e não deve ser confundida com uma outra, muito semelhante, chamada de “caça aos touros”, espetáculo que se reproduzia durante todo o período de Carnaval, nos mais diversos lugares, e em diferentes proporções, e que conseguia ser ainda mais sangrento e brutal.



### “CACCIA AI TORI” – esse sim, um espetáculo cruel!

Um determinado nobre, ou rico comerciante, adquiria um certo número de touros (a quantidade podia variar de 3 a 100...) os quais eram amarrados pelos chifres, com cordas longas; iniciava-se, então, um desfile macabro pelas ruas de Veneza... Essa “manada” de touros assustados era acompanhada por matilhas de cães ferozes, os quais eram incitados, através de gritos e até de pancadas, a atacar essas presas.

Face a diferença de tamanho, os cães somente conseguiam atingir as orelhas e os focinhos dos pobres touros, dilacerando-as a tal ponto, transformando a cabeça desses pobres touros em uma massa sangrenta tão disforme, que os responsáveis pelo espetáculo tinham que substituir esses animais, já cegos e desesperados de dor... O lado considerado “divertido” pela assistência era que esses touros, alucinados de dor, na desesperada tentativa se defender, investiam sobre os cachorros, os “cachorreiros”, e muitas vezes também sobre a multidão, que se dispersava aos gritos de alegria e comemoração.

Esse espetáculo cruel, que se transformava em uma verdadeira carnificina de animais indefesos, era extremamente apreciada pelos habitantes de Veneza.

No domingo de Carnaval, um espetáculo semelhante tinha lugar DENTRO do Palácio dos Doges, em homenagem às “senhoritas” de Veneza. Uma espécie de “baile de debutantes” daquela época. E com direito à presença de S.Sereníssima Graça, o Doge em pessoa... o qual, junto às



“ninfetas” da sociedade,

assistia a essa carnificina com toda a pompa e circunstância...

Na atualidade, a parte cruel e sangrenta do “Carnaval de Veneza” foi completamente abolida, restando, graças a Deus, o lado plástico e artístico, que é o desfile das fantasias e máscaras, pelas ruas e canais, mantendo-se assim, numa das cidades mais extraordinária, mais deslumbrante do planeta, aquela atmosfera de segredos e conspirações, de conluíus amorosos e “trai-

ções”, que tanto agradam, não só aos venezianos, mas também a todo o ser humano que tem o privilégio de participar, com máscara ou sem máscara, do

CARNAVAL DE VENEZA !

HENRIQUE DO AMARAL

Fotos: Antonio Attini, in  
*Venise, l'esprit du carnaval*





# Uma opção inteligente para o desenvolvimento brasileiro

Sérgio Ricardo Martins de Almeida, Secretário de Estado de Turismo do Rio de Janeiro, acredita que a atividade turística tem dado uma importante contribuição ao desenvolvimento do país. Nesta entrevista, ele aborda as relações entre turismo e preservação ambiental.

**Como o senhor avalia a gestão do Ministro Walfrido Mares Guia no Ministério do Turismo? Se positiva, quais são as razões dessa avaliação?**

**S.R.** – Há duas razões para julgá-lo favoravelmente. A primeira diz respeito à sua competência pessoal, pois se trata de alguém que pertence ao mundo do turismo e conhece, não apenas as generalidades, mas até mesmo as especificidades desse setor. A segunda diz respeito à criação e à manutenção do órgão. O Ministro Mares Guia conseguiu que esse ministério se tornasse permanente, o que é absolutamente indispensável para o Brasil, assim como acontece na Itália, na Espanha, na República Tcheca, em Portugal e em tantos outros países que levam o turismo a sério e sabem avaliar sua importância econômica, cultural e política.

O ministro conferiu ao turismo uma visibilidade que, certamente, não teria, se tivesse sido entregue, através de mera composição política, a alguém que não tivesse familiaridade com os seus complexos problemas e inter-relações, ou que não tivesse força para exigir um ministério forte.

**O senhor se referiu, em sua palestra, aos “eco-chatos”, cuja retórica e atu-**



Sérgio Ricardo de Almeida considera que a atuação do Ministério do Turismo tem sido positiva.

*“É absolutamente possível – e fundamental – desenvolver um turismo sustentável”*

SÉRGIO RICARDO DE ALMEIDA

**ação muitas vezes prejudicam o turismo. Para haver turismo, no entanto, não é preciso respeitar a ecologia? De algum modo esses “eco-chatos” não devem, também, ser ouvidos ?**

**S.R.** – Eu sou ambientalista. A minha prática política se dá na praia e na mata, na contemplação, na relação e na integração com a natureza. Tenho absoluta consciên-

cia de que os países que voltaram as costas às questões do meio ambiente estão deixando e deixarão, cada vez mais, de ser visitados. É inevitável. É preciso reconhecer, entretanto, que é absolutamente possível – e fundamental – desenvolver um turismo sustentável. A princípio, é mais fácil exercer o autoritarismo puro e simples e dizer: “não deixa entrar, não deixa construir...!” E depois, vai ser ocupado de que forma? Pela favela?

O Estado e os diferentes níveis de governo deveriam ter formas para garantir a integridade e a preservação das paisagens naturais, mas a verdade é que não têm.

À frente do Ministério do Meio Ambiente está Marina Silva, figura de bem, maravilhosa, que todo mundo queria ter como madrinha de casamento; mas o que aconteceu? Nos últimos anos, mais de 20% da Floresta Amazônica foi devastada. Nem me atrevo a imaginar que o presidente não tenha preocupação com isso. É difícil mesmo controlar isso, sem falar na morosidade da justiça brasileira, quando se trata de reprimir ilegalidades.

### Que exemplo de turismo sustentável deveria, em sua opinião, ser implantado no Brasil?

**S.R.** – Um dos maiores absurdos de nossa realidade turística é o fato de ainda não dispormos de uma política de construção de hotéis em nossos parques nacionais. A exceção é o Parque Nacional de Itatiaia, que abriga alguns, mas pessimamente servidos de estradas de acesso. Como é que os visitantes desses parques, cujo número já atinge três milhões de pessoas por ano, conseguem sobreviver por lá?

Se dotarmos esses parques de bons hotéis, que respeitem o meio ambiente e sejam fiscalizados de forma permanente e eficiente pelos poderes responsáveis, estaremos compatibilizando preservação e desenvolvimento, pois, certamente, vai aumentar em muito o número de interessados em conhecer de perto a incrível di-

versidade natural das diferentes regiões do nosso país. Isso gera cultura, renda e emprego, entre outros benefícios. O Brasil avançou bastante ao adotar uma legislação ambiental moderna.

É preciso, porém, travar uma discussão séria e profunda sobre a sua compatibilidade com as demais políticas públicas de país em desenvolvimento. Isso, é claro, ao lado da urgente necessidade de se montar um esquema eficiente de fiscalização e monitoramento, que transforme esse belo edifício teórico, que é a nossa legislação, em uma prática adequada à nossa realidade.

**Quando vemos tantos louvores à instalação e ampliação do Porto de Sepetiba e à dinamização da Zona Industrial de Santa Cruz, situada no fundo da Baía de Sepetiba e que já provocou a poluição das águas por metais pesados resultantes dos dejetos da desativada Fábrica Ingá, não lhe**

### Cidades mais visitadas por turistas estrangeiros

1°	Rio de Janeiro	36,9%
2°	São Paulo	18,5%
3°	Salvador	15,8%
4°	Fortaleza	8,5%
5°	Recife	7,5%
6°	Foz do Iguaçu	7,4%
7°	Búzios	6,0%
8°	Porto Alegre	5,9%
9°	Florianópolis	5,3%
10°	Belo Horizonte	5,1%
19°	Paraty	1,71%

### dá medo o futuro dessa baía, berço de uma flora e uma fauna tão ricas?

**S.R.** – De uns anos para cá, a Baía de Sepetiba tem sido mesmo agredida de uma maneira selvagem pelos mais variados tipos de poluição. Agora, fala-se, timidamente, em recuperá-la, mas confesso que tenho minhas dúvidas a respeito do sucesso dessa empreitada, que ainda nem começou a ser posta em prática. Em compensação, podemos dizer que a Baía da Guanabara, apesar de todas as dificuldades, começa a se revitalizar. Foram anos de grandes e continuados investimentos públicos, absolutamente necessários para que essa revitalização comece a acontecer. Um dos índices mais simpáticos é a volta dos golfinhos, que, agora, vemos de novo nadando em bandos em suas águas.

### O que diz o senhor a respeito dos derramamentos de óleo na Baía de Guanabara?

**S.R.** – É péssimo quando isso acontece. Fico absolutamente deprimido, mas não está em minha alçada resolver esse problema. Resta-me apenas clamar por mais segurança e sentir profunda tristeza, como no caso daquele despejo tóxico de uma usina de Minas que inundou as águas do Rio Paraíba. Foi preciso correr para proteger os pescadores e a população ribeirinha, consumidora dos peixes daquela bacia.

### Dados Estatísticos Brasil-Itália

Entradas	TOTAL	
	2003	2004
Rio	38435	47897
Brasil	221.190	276.563

Foto: Eugênio Kodama







*“Os novos profissionais  
de hotelaria têm alguma  
formação acadêmica  
nos cursos médios  
e nas faculdades de turismo”*

SÉRGIO RICARDO DE ALMEIDA



Treinamentos e cursos como o do Senac Bistrô ajudam a a capacitar a mão-de-obra especializada.

A questão ambiental é da mais alta importância. Tenho 41 anos, um filho de nove, e quero ter outros que também possam crescer em um país de natureza exuberante. Não abro mão, no entanto, de acreditar que, a exemplo de tantos países reconhecidos pelo respeito à ecologia, nós também possamos nos valer dela, sem sacrificá-la, para gerar desenvolvimento.

### **Que benefícios trará, para o Estado do Rio de Janeiro, a ampliação da rede hoteleira ?**

Os hotéis são, talvez, os maiores geradores de empregos e os mais diversificados, principalmente agora que as indústrias estão em franco processo de automação.

Um hotel de 400 quartos significa cerca de 600 trabalhadores permanentemente envolvidos com o empreendimento. Em dois hotéis previstos para serem construídos brevemente em Búzios e em Cabo Frio, a idéia é aproveitar mais da metade da mão-de-obra entre a população local. A população das pequenas cidades, sem

alternativas de emprego, tende a migrar para as grandes cidades e a engrossar o processo de favelização. Os hotéis, além de se constituírem em elementos fixadores dos habitantes em seu meio, representam, um fator de aprimoramento cultural e profissional, porque os hoteleiros terão interesse em proporcionar a capacitação indispensável a quem trabalha em um ramo como o da hotelaria. Além disso, esses profissionais vão interagir com pessoas procedentes de outros estados, países e culturas, o que representa um fator de crescimento.

### **Não haverá o risco de as grandes redes hoteleiras instaladas acabarem por servir apenas aos estrangeiros, restando aos brasileiros as funções de arrumadeiras, *mâitres*, *garçons* etc.?**

**S.R.** – Não é bem assim. Se você analisar o panorama da hotelaria no Estado do Rio de Janeiro, vai perceber que há um grande número de brasileiros no desempenho de cargos de chefia, que estão assumindo res-

ponsabilidades e, conseqüentemente, ganham muitíssimo bem. Há, também, o caso de estrangeiros que, encantados com o Brasil, acabam se naturalizando. É normal que as grandes cadeias hoteleiras internacionais, num primeiro momento, busquem contar com seus executivos internacionais, mas isso se transforma na medida que os profissionais brasileiros se aperfeiçoem e possam substituir, com grandes vantagens, os que vêm de fora.

Outro dado que vem mudando para melhor o panorama de nossa hotelaria é o fato de que, agora, os novos profissionais têm, quase todos, alguma formação acadêmica, seja nos cursos médios, seja nas faculdades de turismo – cujo número cresce a cada dia – de forma que o curso seja um dos mais disputados na grade do vestibular. Tenho experiência de mais de vinte anos na área turística e posso dizer que o turismo representa a melhor saída para o Brasil. Só a indústria bélica compete mundialmente com a nossa área, mas, para incrementar a primeira é preciso fazer a guerra, enquanto que, no turismo, você deixa dinheiro e leva saudade, promovendo o bem estar de todos.

No Brasil não há furacões, terremotos e nem bombas no metrô. O Brasil tem seus problemas: uma certa violência; uma grande distância dos mercados emissores de turistas, que são os países europeus – o ideal seria que estivéssemos a uma distância possível de ser coberta, no máximo, em cinco horas de vôo, e nós estamos a mais de dez, no caso do Rio de Janeiro. Nesse caso, seria bom que ficássemos de olho na Austrália e na África do Sul, que estão tão longe quanto nós, mas, graças a uma política de turismo bem planejada e executada, recebem duas, ou três vezes mais visitantes do que nós. E o que foi que eles fizeram? A Austrália dedicou-se a uma política de eventos e a Nova Zelândia ao turismo de aventura. Todas as duas modalidades seriam perfeitamente exequíveis de serem aplicadas no Brasil, que tem Sol permanente, natureza exuberante e uma cultura de grande importância, o que é atestado, por exemplo, pela grande penetração mundial da nossa música.

# Grimaldi: Vinte e oito anos de sucesso nas águas do Brasil

O italiano Raffaele di Luca, representante da transportadora e navegadora Grimaldi no Brasil, integrou-se perfeitamente não apenas à comunidade italiana como à vida do Rio de Janeiro. Adepto da máxima de que só se pode trabalhar bem em um lugar onde se viva e se sinta bem, ele confessa sua satisfação em servir no Rio, onde, aliás, casou e vive há 18 anos. Raffaele di Luca diz que se sente uma perfeita mistura de napolitano e carioca.

Nesta entrevista, ele conta um pouco da presença da Grimaldi no Brasil, cuja trajetória encontra-se, atualmente, em franca expansão.

## Quais são os interesses da Grimaldi no Brasil?

**RL** – A Grimaldi é uma empresa que, entre as estrangeiras do setor, foi pioneira no Brasil, onde está há 28 anos e onde já teve oportunidade de contribuir decisivamente para o incremento das relações comerciais entre Brasil e Itália. Nosso negócio é o transporte marítimo de veículos e de contêineres, por meio de navios azuis e amarelos, do tipo *ro/ro*, (*roll-on e roll-off*). Chegamos ao Brasil quase ao mesmo tempo em que a Fiat, e somos pioneiros no



Raffaele di Luca: "Somos pioneiros, inauguramos o transporte de veículos para a Europa".

sentido de que inauguramos o transporte marítimo de veículos para a Europa. Nos primeiros tempos da Grimaldi no Brasil, a quase totalidade da carga transportada utilizava a linha do Mediterrâneo e dirigia-se apenas à Itália. A empresa diversificou suas linhas de atendimento e, agora, nosso alvo preferencial para a exportação de carros brasileiros são os portos do Norte da Europa. O transporte para a Itália continua a existir sob a chancela da Grimaldi, mas interesses comerciais levaram-nos a ceder essas linhas a outras firmas transportadoras italianas.

## A empresa atua também em outros continentes, na Ásia, na África, ou na Oceania?

**RL** – Não diretamente. Nosso tipo de navio ocupa um nicho de mercado e coube-nos trabalhar com a América do Sul, a Itália e o Norte da Europa. No Norte da Europa existe, hoje, um mega-porto, o de Antuérpia, onde a nossa carga, destinada a toda a Europa, é recebida. Ela é, preferencialmente, dirigida à Inglaterra, à França, aos países nórdicos e à Alemanha. Quando o destino é o Mediterrâneo, a Grimaldi se encarrega de mudar a carga para navios

que a levarão ao seu destino final, que pode ser também, além dos países europeus do Mediterrâneo e do Mar Negro, a Tunísia, o Egito, Israel, ou qualquer outro porto do Norte da África.

### **Por que o Norte da Europa se tornou o principal destino das cargas brasileiras que a Grimaldi transporta?**

**RL** – Como já expliquei, as cargas que transportamos são, sempre que possível, colocadas em contêineres. São, basicamente, veículos de pequeno e médio porte, embora, quando seja necessário, transportemos cargas cujo tamanho não permite o emprego desse gênero de embalagem. As remessas para a Itália, que, no ano 2000, chegaram a mais de 35 mil veículos transportados por nós, foram, entretanto, muito reduzidas. Tornou-se mais lucrativo repassar esta tarefa a outras transportadoras. Eu estou, atualmente, me dedicando ao estudo de viabilidade econômica de rotas e de serviços e ao ocasional repasse de linhas que não nos interessa explorar.

### **É curioso que o Brasil tenha exportado carros para a Itália. Os veículos italianos são os mesmos que trafegam aqui?**

**RL** – Há algumas diferenças. Os carros daqui são “tropicalizados”, enquanto os de lá requerem alguns equipamentos específicos, como os de aquecimento e remoção parcial da neve, para defendê-los do frio e das intempéries de inverno. Os carros que seguem para a Europa são especialmente concebidos e construídos para exportação. Além dos requisitos exigidos pela diferença de climas, existem outros para atender ao exigente padrão europeu de qualidade e às diferentes condições das estradas na América Latina e na Europa, principalmente em relação ao asfalto em que esses veículos vão trafegar. Esse é o caso, por exemplo, da diferença entre os amortecedores dos carros italianos e dos brasileiros. Essas diferenças, algumas vezes, podem trazer problemas de comercialização. Se o carro não for vendido na Europa, não vale à pena, do ponto de vista econômico, trazê-lo de volta, retirar todo

o equipamento anti-inverno e “tropicalizá-lo” novamente. É mais rentável leiloá-lo por lá, mesmo que os preços obtidos sejam mais baixos do que os usuais.

### **A Grimaldi nunca se interessou em transportar passageiros?**

**RL** – Nós já nos dedicamos ao transporte de passageiros, no Brasil. Os navios que operam aqui, ainda transportam um determinado número deles, mas essa operação é muito pequena se comparada com o transporte de carga *ro/ro*.

*“Nos primeiros tempos da Grimaldi no Brasil, a quase totalidade da carga transportada dirigia-se à Itália”*

**RAFFAELE DI LUCA**

### **As relações entre a Grimaldi e o Brasil têm diminuído, permanecem em um mesmo nível ou tendem a crescer?**

**RL** – Não deixa de representar uma expansão repassar a nossa linha com destino ao Mediterrâneo sem o menor problema de encontrar interessados em pagar o que estimamos. Na verdade, à Grimaldi *holding* foram incorporados navios de outras transportadoras. Quanto à linha que vai para o Norte da Europa, pode-se dizer que também se acha em expansão, pois operava, no ano passado, com nove navios e, neste ano, opera com 11.

### **Em que portos brasileiros atracam os navios da Grimaldi?**

**RL** – Regularmente, em sete: Rio Gran-

de (RS); Itajaí, e Paranaguá (SC); Santos (SP); Rio de Janeiro (RJ); Vitória (ES); e Salvador (BA). Ocasionalmente, trabalhamos também com Fortaleza, no caso de haver carga de projetos, que é como são chamadas as cargas que não entram em contêineres, a exemplo das gigantescas peças componentes de plataformas submarinas de petróleo, de pontes metálicas, ou de outros projetos de engenharia. Se houver necessidade, e quando for o caso, faz-se escala em Fortaleza, ou, mais excepcionalmente ainda, em algum outro porto brasileiro que tenha capacidade de receber ou descarregar a carga de projeto abrigada em nossos navios.

### **A Grimaldi opera também no Oceano Pacífico?**

**RL** – Operamos apenas no Oceano Atlântico e nosso limite, ao Sul, é o porto de Buenos Aires. Transportamos, também, muitas cargas que provêm do Chile, por navegação de cabotagem, ou por terra, para serem embarcadas na capital argentina em direção aos países europeus e ao Norte da África.

### **Em sua opinião, que importância tem a realização de seminários que analisam as relações comerciais entre o Brasil e a Itália?**

**RL** – Considero uma ótima oportunidade para se diagnosticar e resolver, em nível local, problemas técnicos e táticos que, porventura, existam nas relações comerciais entre os dois países. O seminário pode, ao detectar esses nós, funcionar como uma daquelas câmaras de eco, que fazem repercutir os problemas, até que eles possam alcançar os ouvidos de quem está apto e tem capacidade para resolvê-los.





# Estabilidade monetária permite ao Brasil maior desenvolvimento

*Diretor da Generali Seguros analisa perspectivas numa economia estável*

O Diretor Presidente da Generali Seguros, Federico Baroglio, foi um dos participantes do Seminário Bilateral Brasil-Itália. Nesta entrevista, ele fala sobre as atividades do grupo no Brasil, as mudanças promovidas no setor de seguros pela nova política econômica do governo brasileiro e suas expectativas com relação ao futuro do negócio numa economia estável.

“A Generali Seguros está fazendo oitenta anos de Brasil e de Rio de Janeiro e espera ficar aqui por mais oitenta. Nossa sede fica no Rio de Janeiro por motivos históricos, pois esta cidade sempre foi a capital dos seguros. Importantes grupos seguradores ainda têm sede na cidade. Não podemos desconhecer a importância do mercado de São Paulo, é claro, onde nossas vendas representam quase que o dobro das efetivadas no Estado do Rio. É natural; 50% do PIB brasileiro está concentrado em São Paulo. A casa matriz da Generali fica no Rio, mas o grande motor da produção está em São Paulo.”



Federico Baroglio considera o Brasil um país estratégico para a Generali Seguros.

**A** Generali é hoje a terceira maior seguradora europeia em número de vendas, considerando que a Itália ocupa a terceira posição no setor na Europa continental. Segundo Federico Baroglio, a Generali se orgulha de ser apontada como uma das grandes empresas seguradoras do mundo.

“A Generali é uma companhia internacional de grande porte presente em oito países da América Latina. O Brasil é um ponto estratégico para o grupo. Acreditamos que a área de seguros sofrerá um grande desenvolvimento daqui para frente devido à estabilidade monetária no

*“Um maior equilíbrio na renda da população pode levar a um desenvolvimento na área de seguros”*

FEDERICO BAROGLIO

Brasil. A perspectiva é de um maior equilíbrio na renda da população, promovido pelo desenvolvimento econômico. São mudanças importantes na economia local que nos levam a acreditar que a atividade de seguros pode ser desenvolvida com sucesso.”

## Perfil do grupo

A Generali foi criada em 1831 em Trieste, foz natural do tráfego marítimo do então Império Austro-Húngaro. Trieste vivia um momento de prosperidade econômica e de grandes empreendimentos. É neste contexto que surge o projeto de fundar uma companhia de seguros dotada de solidez técnica e financeira para operar em todos os ramos. A iniciativa dá início à constituição da Assicurazioni Generali. Poucos meses após sua fundação, a Generali começa a se expandir na região do Império Habsburgo – Viena, Praga e Budapeste. Em seguida, inicia sua expansão para os principais países europeus.

A partir de meados do século XIX, a Generali atinge os Bálcãs e o Leste Europeu, estendendo-se também até a África, Ásia e Américas. Em 1882, com a constituição da Erste Allgemaine, em Viena, é formado o primeiro núcleo do Grupo Generali. Após várias décadas, a presença da rede se amplia em todos os cantos do mundo, fortalecendo o prestígio do grupo.

Durante a Primeira Guerra Mundial, a Generali deixou os mercados da Europa Oriental, abandonando nesta região 14 companhias controladas e um considerável patrimônio imobiliário.

A empresa passa, então, a dar mais atenção aos mercados da América Latina, Ásia e África. Em 1925, a Assicurazioni Generali chega ao Brasil, trazendo experiências inovadoras. Neste período, marcou época – sobretudo nos seguros do ramo vida. No começo dos anos 1930, surgiram no país os institutos de previdência privada, dando um novo rumo ao mercado de seguros, ao mesmo tempo em que a Generali comemorava um século de vida na Itália.

Em 1938 é inaugurado o Edifício Generali, um dos primeiros arranha-céus do Rio de Janeiro, no qual passa a funcionar a matriz da empresa. Em 1973, passa a se chamar Generali do Brasil – Companhia Nacional de Seguros, incorporando a Mercúrio. Hoje, o Grupo Generali é considerado uma das mais importantes empresas de seguros da Europa e do mundo.

Ele explica que, na área de comércio exterior, a atividade de seguro tem uma característica particular, pois, normalmente, o seguro é feito pelo importador. Quando se fala de seguro de transporte no Brasil, trata-se, principalmente, de seguro de importações. Há sete anos no Brasil, Federico Baroglio destaca que a grande mudança neste período foi a conquista da estabilidade monetária, que dá possibilidade ao país de desenvolver-se de modo sustentável. Ele afirma, também, que, o aumento da pauta das exportações brasileiras, nos últimos dois anos, tem sido um grande sucesso.

**“Empresários brasileiros  
vão achar o caminho  
para continuar exportando,  
apesar da variação do câmbio”**

FEDERICO BAROGLIO

“É uma área em que a Generali acredita muito. Desenvolvemos produtos para o importador e para o exportador, para os despachantes aduaneiros e para as empresas de transportes marítimos e rodoviários. As exportações ainda são concentradas no setor de *commodities*, mas podemos destacar o sucesso de empresas com a Vale do Rio Doce, a Embraer, a Petrobrás, e a Gerdau, que são companhias de grande porte industrial e trabalham com produtos manufaturados.”

### Taxa de câmbio

As importações foram favorecidas pelo câmbio em alta, o que, segundo Federico Baroglio, também é bom para a população, que passa a ter acesso a produtos que antes eram de difícil aquisição. Para os empresários, fica mais acessível a importação de equipamentos e a renovação do parque industrial.

“Hoje, fala-se que o dólar é um entrave a uma maior pujança do setor exportador brasileiro. Eu acho que o dólar flutuando é a situação ideal, pois o câmbio livre é uma conquista do país. Acho até que o dólar pode estar menos ou mais valorizado, mas seguramente os empresários bra-

sileiros vão encontrar o caminho para continuar exportando, apesar da variação do câmbio.”

O diretor presidente da Generali Seguros acha, também, que algumas experiências italianas no setor podem ser úteis para os brasileiros.

“Um exemplo italiano talvez possa servir para os empresários brasileiros. Na Itália foi implantado um mecanismo de sucesso na área dos distritos industriais. Por meio dele, as médias e pequenas empresas se agrupam para utilizar a logística e a distribuição conjunta. É um projeto que o governo brasileiro está querendo implantar aqui e isso pode ser um fator importante no desenvolvimento do país.”

O diretor presidente da Generali Seguros destacou a importância do seminário, no qual o ambiente é propício para

**“Os 25 milhões de oriundi  
que vivem no Brasil representam  
um grande potencial para  
as relações bilaterais”**

FEDERICO BAROGLIO

um debate franco entre dois países que têm muito em comum.

“Cerca de 25 milhões de *oriundi* (descendentes de italianos) que vivem no Brasil representam um potencial enorme de incremento da relação entre Brasil e Itália. Temos muitos interesses comuns, porém temos muito o que melhorar e avançar. Acho que um dos passos necessários é promover um amplo debate, para, depois, implementar medidas de favorecimento do comércio bilateral.”

# Santo Sepulcro: o cuidado com os cristãos no mundo inteiro

O Presidente da Federação das Câmaras de Comércio, João Augusto de Souza Lima, é o mais novo integrante da Ordem do Santo Sepulcro. O Vice-Presidente, Theóphilo de Azeredo Santos, e o membro do Conselho Superior da FCCE, Gustavo Affonso Capanema, são, também, cavaleiros da Ordem, uma das mais tradicionais e respeitadas do catolicismo.

Gustavo Affonso Capanema exerce as funções de Lugar-Tenente, superior civil da unidade federativa constituída pelo Brasil. Nessa entrevista, ele fala sobre o histórico e a atualidade dessa confraria.



A ordenação de Souza Lima ocorreu na Catedral de Petrópolis e foi presidida por Gustavo Capanema.

As origens da instituição remontam ao século IV, quando Santa Helena, mãe do Imperador Constantino, localizou, na Terra Santa, o sepulcro de Jesus Cristo. Constantino, primeiro Imperador romano a se converter ao cristianismo e a oficializá-lo como religião do Império Romano, ordenou que, sobre o túmulo, fosse construída uma basílica monumental, em 335. Apesar de haver sido pilhada, destruída e reconstruída por quatro vezes, a igreja deu origem ao embrião da Ordem do Santo Sepulcro, formado por peregrinos cristãos, que iam

ao local para venerá-lo, e por monges franciscanos, que o protegiam e preservavam dos ataques e invasões dos muçulmanos.

Atualmente, a Ordem tem sede legal no Vaticano. O Cardeal Grão-Mestre, nomeado pelo Papa, é a maior autoridade, mas é o Patriarca Latino de Jerusalém o mais alto dignitário da instituição. A Ordem existe em mais de quarenta países, sob a direção espiritual de integrantes da alta hierarquia da Igreja e sob a responsabilidade e a direção local de lugares-tenentes.

## Quais são as atribuições de um Lugar-Tenente da Ordem do Santo Sepulcro?

GC – O lugar-tenente tem a responsabilidade da condução dos destinos da Ordem na sua respectiva unidade federativa, ao lado do superior religioso, que representa a autoridade do Vaticano. No Brasil, esse superior é Dom Filippo Santoro, Bispo Auxiliar do Rio de Janeiro e Grão Prior da Lugar-Tenência. A Ordem do Santo Sepulcro é uma ordem pontifícia, que está sob a jurisdição do Vaticano, ou, como se diz no Direito Canônico, “sob a benévola proteção



da Santa Sé”. Em alguns países, como nos Estados Unidos, existem seis lugares-tenentes, dado o grande número de membros; o Canadá tem dois, a Itália, quatro, a Espanha, dois. No Brasil, atualmente, eu sou o único Lugar-Tenente da Ordem.

Historicamente ligada à manutenção das comunidades católicas na Terra Santa – onde sustenta financeiramente a Diocese Latina de Jerusalém – responsável por inúmeras obras caritativas da Paróquia de São Judas Tadeu, no Rio de Janeiro, e promotora de periódicas peregrinações à Terra Santa, a Ordem precisa de ajuda financeira para atividades. Compete ao Lugar-Tenente local sensibilizar cavaleiros e damas para que dêem contribuição que viabilize essas atividades. O mais importante, no entanto, já que se trata de uma ordem de inspiração religiosa, é que o Lugar-Tenente dê um testemunho de sua fé e se torne mais um soldado de Cristo, promovendo uma ação coerente, generosa e desinteressada à serviço da Igreja, com dedicação ao Papa e à hierarquia.

---

*“O ano de 1333, quando os franciscanos obtiveram a guarda dos lugares sagrados, é muito importante para a Ordem”*

---

#### **Quais são as características da ordem?**

**GC** – A Ordem do Santo Sepulcro pode ser considerada a mais antiga instituição laico-religiosa vinculada à Santa Sé. Ela remonta aos primeiros tempos em que o Cristianismo foi liberado no Ocidente, depois da perseguição aos governantes de Roma. Tratava-se, a princípio, de uma instituição sem regras fixas, baseada na vontade de defender e preservar o túmulo de Cristo. Durante a Idade Média foi se estruturando, sobretudo depois que os papas assumiram o seu comando.

O ano de 1333, em que os frades franciscanos obtiveram a custódia da Terra Santa e a guarda dos lugares sagrados, é emblemático na história da instituição, porque datam daí as primeiras investidas dos seus cavaleiros, assim chamados, até hoje,

porque o nome oficial da organização é Ordem Eqüestre do Santo Sepulcro de Jerusalém. Recentemente, sob o pontificado de Paulo VI, foi outorgada uma nova constituição – a quinta – para reger a ordem e nela o papa abriu mão do comando e outorgou-o a um cardeal por ele nomeado especificamente para desempenhar as atribuições de orientação e comando religiosos da instituição, com o título de Grão-Mestre. Assim, a tutela jurídica da ordem é de responsabilidade das autoridades eclesiásticas devidamente constituídas.

#### **Ainda vigora entre os membros da Ordem o espírito e a convicção de que o túmulo de Cristo deve ser preservado da “sanha dos infiéis”?**

**GC** – Essa preocupação com a preservação do túmulo de Cristo vem desde os mais remotos tempos do cristianismo. São Paulo, por exemplo, que foi quase contemporâneo de Cristo, declarou em uma de suas belas epístolas, que “se Cristo não ressuscitou, vã é a nossa fé...”. O que se pretende é justamente resguardar o lugar em que essa ressurreição se deu, independente de quem o possa ameaçar, pois trata-se do local mais importante para a fé cristã. Na Idade Média havia grande rivalidade e muita guerra entre católicos e muçulmanos, mas, hoje, o clima é outro. A princípio, os cavaleiros eram chamados de “milites Christi”, que, numa tradução livre, podemos chamar de militares de Cristo, mas esses “milites” seguiam a doutrina formulada por Santo Agostinho, segundo a qual a Igreja deveria reagir somente quando fosse ameaçada, sendo-lhe proibida a iniciativa de atacar os inimigos.

#### **Devemos dar crédito à lenda cristã de que Santa Helena é a milagrosa descobridora do túmulo e da cruz de Cristo?**

**GC** – A Igreja Católica costuma cultivar lendas que formam o rico acervo de sua tradição oral. Há, contudo, comprovação histórica da presença da rainha na região, à procura do túmulo. Acredito que a santa não teve muito trabalho, pois sabe-se que um antecessor de Constantino, o Imperador Adriano, no século II, quando ainda era bem viva a memória de Cristo e dos fatos

relativos a sua vida e morte, mandara construir sobre o túmulo sagrado um templo dedicado a Vênus. É de supor que a rainha tenha mandado escavar sob esse templo, que ainda existia no local, o que teria facilitado bastante a localização da lápide. Concluídas as investigações, Constantino tratou de alargar a área das prospecções e mandou construir a primeira basílica que, deveria marcar o centro do mundo.

---

*“Atualmente, a Ordem do Santo Sepulcro tem uma missão, sobretudo, caritativa”*

---

#### **A investidura dos cavaleiros obedece ao mesmo ritual desde o tempo de Constantino?**

**GC** – Claro que não. À medida que a ordem foi se institucionalizando, a liturgia sofreu grandes modificações e hoje está consubstanciada num belo ritual onde não faltam bandeiras, vestes talares, cruzeiros processionais e outras insígnias solenes. Também não se diz mais que os cavaleiros são armados, mas sim, ordenados, o que demonstra o viés pacifista. Outra modificação ocorreu em relação ao lugar onde essa investidura pode ser feita. Nos primórdios da ordem, os candidatos deveriam fazer uma penosa peregrinação até Jerusalém, onde eram sagrados por cavaleiros mais antigos; depois, essa solenidade transferiu-se para Roma e desde 1949, começou a ser realizada no país de origem dos aspirantes.

O Presidente Souza Lima foi ordenado na Catedral de Petrópolis, onde, tradicionalmente, realiza-se a cerimônia de investidura dos cavaleiros brasileiros. A catedral, em estilo neogótico, tem tudo a ver, aliás, com a cerimônia, de inspiração medieval.

#### **Só homens podem integrar a Ordem do Santo Sepulcro?**

**GC** – Originalmente era assim, mas, em 1888, graças ao Papa Leão XIII, aquele que escreveu a mais importante encíclica de cunho sócio-religioso, a Rerum Novarum, foi criado o ramo feminino da Ordem. Várias personalidades importantes de nossa soci-

idade, como, por exemplo, a juíza e deputada Denise Frossard e a desembargadora Alda Soares, são damas da ordem.

### Qual é a diferença entre a Ordem do Santo Sepulcro e as outras ordens de cunho militar e de cavalaria existentes?

GC – Nossa ordem é a única diretamente vinculada a Roma. A dos Templários extinguiu-se; a Ordem de Malta, extremamente ligada à Terra Santa e constituída pelos chamados Hospitalares, foi desalojada da Ilha de Rhodes pelo sultão Sulaman, o Magnífico, e radicou-se na Ilha de Malta, sendo, atualmente, uma entidade civil, quase um país, que tem embaixadores e até assento na Organização das Nações Unidas.

### Qual foi a modificação mais importante que sofreu a Ordem do Santo Sepulcro?

GC – A constituição política e jurídica do mundo de hoje é muito mais sólida, não tem sentido manter em Jerusalém pessoas armadas para tomar conta do túmulo de Cristo. A atuação da ordem, hoje, é simbólica, tal qual a da Guarda Suíça. Atualmente, ela tem uma missão sobretudo caritativa: o vínculo com a Terra Santa se mantém através da assistência aos cristãos que ali vivem e a suas instituições e não se circunscreve apenas a Jerusalém, mas atinge uma área que inclui toda a Cisjordânia e o Chipre, no Mediterrâneo. Nessa área, a ordem proporciona hospitais, escolas primárias, universidades e toda uma rede de benefícios sócio-educativos. Mantemos no mundo inteiro um trabalho de assistência aos pobres.

### Como se faz a seleção dos candidatos à ordem?

GC – Uma comissão presidida pelo Grão-Prior da Lugar-Tenência, cargo que no Brasil atualmente, é exercido pelo Bispo Auxiliar do Rio de Janeiro, dom Fillipo Santoro, seleciona e analisa o candidato. Se aprovado, o nome vai para Roma e é analisado pelo grande magistério da Ordem e, dali, segue para aprovação ou veto do Grão-Mestre, o cardeal dom Carlo Furno. No caso de candidatos brasileiros, sua eminência os conhece bem pois foi



O Lugar-Tenente para o Brasil, Gustavo Capanema, na Catedral de Petrópolis.

Núncio Apostólico entre nós por mais de dez anos. Esse processo de seleção, que é muito criterioso e pode durar até dois anos, implica por parte dos candidatos a fé e a prática religiosa.

### Existe, no Rio de Janeiro, uma igreja dedicada à devoção do Santo Sepulcro?

GC – Existe, em Cascadura, e foi construída no início do século XX. É pena que seja pouco conhecida, pois tem uma decoração belíssima – sobretudo as pinturas do teto – encomendada pelos padres holandeses que a administram. Quem a visita costuma levar um susto com a qualidade das obras de arte

que ali se encontram. Está sendo restaurada no momento, com ajuda financeira da Ordem e, em breve, vai voltar a exibir o esplendor da época de sua construção.

### Que devemos esperar da recente investidura do Presidente Souza Lima na ordem?

GC – Tenho certeza de que Souza Lima vai engrandecer bastante a nossa Ordem, pois traz uma bagagem cultural e estrutural de primeiríssima qualidade. Nossa instituição cresce quando a ela se agregam pessoas de alto nível e que, por sua vez, também deverão lucrar com os benefícios espirituais proporcionados por essa antiqüíssima instituição.



Ernesto Massimo Bellelli, à direita, ao lado de Federico Baroglio, acredita que um maior conhecimento pode estimular o comércio bilateral.

## Burocracia: uma grande inimiga do comércio entre Brasil e Itália

Há um ano morando no Brasil, Ernesto Massimo Bellelli, Cônsul-Geral da Itália no Rio de Janeiro, é um velho conhecido dos brasileiros. Dois de seus filhos nasceram aqui, quando ele servia em São Paulo. Estudioso das relações comerciais entre os dois países, ele não está satisfeito com o nível do relacionamento bilateral, pois acredita que, apesar de seu crescimento constante, ainda está muito longe das potencialidades do Brasil e da Itália.

**Que expectativas podemos manter em relação aos resultados deste Seminário Bilateral de Comércio Exterior Brasil-Itália?**

**EB** – Um seminário como o que esta-

mos realizando tem muitas finalidades. Minha expectativa inicial é a de que seja um primeiro passo para aumentar o grau de conhecimento entre dois países que já têm fortes laços, não apenas no terre-

no afetivo e cultural, como também na área econômica e no campo dos investimentos. Na realidade, nosso intercâmbio ainda está longe das potencialidades do Brasil e da Itália.

O comércio com a Itália representa, atualmente, cerca de 3% do intercâmbio que o Brasil mantém com os países do mundo inteiro. Se considerarmos a capacidade das economias italiana e brasileira, somos forçados a concluir que o comércio ainda é pequeno. Daí a nossa expectativa de um melhor conhecimento mútuo que valorize os aspectos positivos desse relacionamento e possa intervir para remover os obstáculos, de modo que consigamos chegar a um patamar que reflita a grandeza dessas duas nações amigas.



**Esse intercâmbio já foi maior e vem diminuindo, ou, pelo contrário, acha-se em crescimento?**

**EB.** — O comércio bilateral entre Brasil e Itália tem experimentado um crescimento constante, apesar da ocorrência de alguns anos de crise. Existem, entretanto, fatores que influem nesse intercâmbio. O primeiro deles é que a Itália, apesar de ser uma das maiores economias do mundo, estrutura e direciona seu relacionamento preferencialmente para a América do Norte e a Europa. De uns anos para cá, tem feito esforços e conseguido dinamizar bastante o seu comércio com os países da Ásia, o Japão e a China.

*“O comércio bilateral Brasil-Itália tem experimentado um crescimento constante, apesar de momentos de crise”*

**ERNESTO MASSIMO BELLELLI**

As periódicas crises dos países latino-americanos fizeram também com que o intercâmbio com o Brasil e com os países da América do Sul fosse minimizado. O homem de negócios, ou seja, o investidor, é alguém que está na expectativa do maior lucro possível no menor período de tempo, até porque tem que apresentar bons resultados aos acionistas. Essas crises, que de formas diversas assolaram os países do continente sul-americano, interferiram e atrapalharam a obtenção de melhores resultados no comércio do Brasil com a Itália, apesar do crescimento constante a que já me referi. No caso do Brasil, é preciso reconhecer que a crise não repercutiu tanto e nem atingiu maiores proporções, por causa do grande número de italianos e ítalo-brasileiros que vivem aqui. De qualquer forma, os laços que nos unem existem e são fortes, mas falta algo que dê mais motivação para o crescimento do comércio bilateral.

**Quais são os aspectos negativos desse relacionamento e como superá-los?**

**EB** — Eles existem de um lado e de outro.

Italianos e brasileiros têm uma reclamação unânime contra a complexa burocracia dos dois países. Eles consideram a burocracia impeditiva da dinamização das importações e exportações. Isso precisa ser debatido de forma aberta e franca para que possamos superar o problema e tornar mais solto, atuante e eficiente, o nosso in-



Ernesto Bellelli aposta no crescimento comercial.

tercâmbio comercial. Este seminário, volto a dizer, pode ser um primeiro passo para que analisemos o problema e encaminhemos soluções para um futuro próximo. A Itália tem, no Brasil, um aparelho de estado bastante diversificado para dar sustentação aos investidores dos dois países. Em nível federal, podemos contar com a embaixada italiana. No Rio de Janeiro, há um consulado-geral que dispõe de um escritório comercial e pode gerar estratégias políticas para incrementar o intercâmbio. Nas principais capitais e cidades brasileiras, há outros consulados italianos. Além dos órgãos vinculados à diplomacia, possuímos uma Câmara de Comércio Bilateral Ítalo-Brasileira e, também, uma representação do Instituto de Comércio Exterior, que é um órgão público do governo italiano. A estrutura, portanto, está montada e o que devemos fazer é utilizá-la integralmente e da melhor maneira possível.

**Sendo a Itália uma fonte importan-**

**te de civilização e arte, a cultura e seus subprodutos também devem fazer parte desse intercâmbio?**

**EB** — É claro que a língua, a civilização e a cultura têm também um aspecto econômico. A Itália quase sempre encara esses aspectos de uma forma mais pura, promovendo-as em nome de um espírito, que, aliás, tem inúmeras afinidades com o do povo brasileiro, bastando citar a herança do Direito Romano que subsiste nos tribunais brasileiros.

Nós temos um excelente veículo que, no Brasil, divulga e promove a nossa língua e civilização: o Instituto Italiano de Cultura. Isso tem, sem dúvida, um retorno comercial, pois, implicitamente, prepara os interessados em comercializar com a Itália, fornecendo-lhes a ferramenta da língua que aproxima, e muito, os interessados nesse comércio. Diga-se, de passagem, que a língua italiana tem muitos adeptos entre os brasileiros e que, apenas no Rio de Janeiro, mais de duas centenas de cursos ministram o idioma.

*“Os laços que nos unem são fortes, mas falta algo que motive o crescimento do comércio bilateral”*

**ERNESTO MASSIMO BELLELLI**

**O senhor fala muito bem a nossa língua. Acha fácil para os italianos falar português?**

**EB** — Bondade sua. Tenho consciência de que carrego ainda um pouco de sotaque, o que é natural. As palavras são parecidas por causa da origem comum, que é o latim. Isso tem vantagens, porque quando um italiano quer lembrar uma palavra em português sabe que pode recorrer à sua própria língua e obter, pelo menos, um resultado parecido. Essa semelhança também pode atrapalhar no sentido de que, ao falar português, o italiano tende a enxertar palavras italianas, sem se dar conta de que elas não existem no Brasil. De qualquer forma, o português falado no Brasil é uma língua aberta e, diferentemente da fala portuguesa, é mais fácil compreendê-lo.

# A trajetória da TIM no Brasil

*Única operadora de telefonia a cobrir todo o território nacional é top of mind entre os brasileiros*



Ronaldo, O Fenômeno, recomendou, e os brasileiros vestiram a camisa da TIM. Para Franco Bertoni, representante da companhia no país, isto não se deve apenas à propaganda, e, sim, à qualidade dos serviços prestados aos brasileiros em todos os cantos do país. Bertoni, que trabalhou em vários países da América do Sul, está há cerca de um ano no Brasil, e não esconde a alegria pelos ótimos resultados que sua empresa tem obtido.

**Há quanto tempo a TIM está no Brasil?**

**FB** – Desde 1997.

**Valeu a pena investir no Brasil?**

**FB** – Ainda é um pouco cedo para fazer um diagnóstico mais completo, mas posso dizer que temos experimentado



Franco Bertoni: confiança não se compra, ganha-se com eficiência.

muitos aspectos positivos em termos de posicionamento, de marca e de ocupação do mercado brasileiro. O retorno financeiro vai ocorrer mais tarde, quando começarmos a colher o que estamos plantando.

**Durante o painel do qual participou, o senhor mencionou que a TIM obteve o título de *top of mind* entre as companhias de telefonia no Brasil. O senhor considera que isso é um atestado de simpatia fornecido pelos brasileiros à sua companhia?**

**FB** – Na verdade, é mais do que isso. Ao ser estimulado a mencionar qual é a companhia de telefonia mais representativa do país, a maioria dos brasileiros mencionou a TIM, o que reflete não apenas a qualidade da divulgação da empresa, mas, também, a excelência do atendimento que prestamos a nossos clientes e usuários.

**Houve um grande investimento de marketing na instalação da empresa?**

**FB** – Sem dúvida, isso é evidente na mídia. Posso garantir, entretanto, que confiança não se compra, ganha-se com eficiência e

com características que são inerentes à TIM: capacidade e coragem para inovar e emprego de alta tecnologia.

**Em que sentido a TIM é inovadora?**

**FB** – Em todos, principalmente, como já apontei no Painel, em matéria de tecnologia e de serviços. Se não fosse assim, não teríamos obtido aquela distinção a que me referi, porque o público não se deixa levar apenas por um nome, uma marca.

**A TIM cobre todo o território brasileiro?**

**FB** – A TIM é a única operadora em atuação no Brasil que cobre integralmente o território nacional, que, como se sabe, é imenso e bastante diferenciado. Tivemos que enfrentar e superar enormes problemas técnicos para conseguir esse grau de eficiência: servir a todos os brasileiros, em qualquer lugar do país, com a mesma tarifa e com a mesma qualidade, o que não é pouco em um país continental.

**Em sua opinião, quais são os aspectos positivos da realização de um seminário como este, que analisa as relações comerciais entre o Brasil e a Itália?**

**FB** – Apesar de não termos uma grande tradição de presença no Brasil, pois estamos aqui há oito anos, apresentei, durante os debates, vários aspectos positivos da relação entre a TIM e o Brasil, como os financiamentos do BNDES para três operações regionais que desenvolvemos no Brasil. Acho necessário, além disso, uma discussão e planejamento da aproximação entre os centros de produção da empresa e as cidades ou regiões que contem com a mão-de-obra qualificada para mantê-los, (caso daquelas que contam com universidades de bom nível educacional e tecnológico). Temos consciência da importância e do peso do Brasil em nossas atividades, e posso dizer que o país representa, atualmente, a ponta de nossas atividades na América do Sul; portanto, discutir essas questões em um seminário é imprescindível.

## Itália Principais Produtos

Fonte: SISCOMEX

Seq.	NCM	Descrição
<b>TOTAL GERAL</b>		
TOTAL DOS PRINCIPAIS PRODUTOS EXPORTADOS		
1	12010090	OUTROS GRAOS DE SOJA, MESMO TRITURADOS
2	09011110	CAFE NAO TORRADO, NAO DESCAFEINADO, EM GRAO
3	26011200	MINERIOS DE FERRO AGLOMERADOS E SEUS CONCENTRADOS
4	26011100	MINERIOS DE FERRO NAO AGLOMERADOS E SEUS CONCENTRADOS
5	47032900	PASTA QUIM. MADEIRA DE N/ CONIF. A SODA/SULFATO, SEMI/BRANQ
6	02023000	CARNES DESOSSADAS DE BOVINO, CONGELADAS
7	23040090	BAGACOS E OUTS. RESIDUOS SOLIDOS, DA EXTR. DO OLEO DE SOJA
8	41041114	OUTS. COUROS BOVINOS, INCL. BUFALOS, N/ DIV. UMID. PENA FLOR
9	84143011	MOTOCOMPRESSOR HERMETICO, CAPACIDADE < 4700 FRIGORIAS/HORA
10	41071220	OUTS. COUROS/PELES, INT. BOVINOS, PREPARS. ETC.
11	27101922	"FUEL-OIL"
12	87032210	AUTOMOVEIS C/ MOTOR EXPLOSAO, 1000 < CM3 <= 1500, ATE 6 PASSAG
13	02013000	CARNES DESOSSADAS DE BOVINO, FRESCAS OU REFRIGERADAS
14	48041100	PAPEL/CARTAO "KRAFTLINER", P/ COBERTURA, CRUS, EM ROLOS/FLS
15	41041124	OUTS. COUROS BOVINOS, INCL. BUFALOS, DIVID. UMID. PENA FLOR
16	41044130	OUTS. COUROS/PELES BOVINOS, SECOS, PENA FLOR
17	84099912	BLOCOS DE CILINDROS, CABECOTES, ETC. P/ MOTORES DIESEL/SEMI
18	25161200	GRANITO CORTADO EM BLOCOS OU PLACAS
19	28046900	OUTROS SILICIOS
20	72139190	OUTS. FIO-MAQUINAS DE FERRO/ACO, N/ LIGADO, SEC. CIRC. D < 14MM
21	16025000	PREPARACOES ALIMENTICIAS E CONSERVAS, DE BOVINOS
22	64039900	OUTROS CALCADOS DE COURO NATURAL
23	87042190	OUTROS VEICULOS AUTOMOVEIS C/ MOTOR DIESEL, P/ CARGA <= 5T
24	72139110	FIO-MAQUINA DE FERRO/ACO, SEC. CIRC. D < 14MM, CARBONO >= 0.6%
25	72011000	FERRO FUNDIDO BRUTO NAO LIGADO, C/ PESO <= 0.5% DE FOSFORO
26	72193400	LAMIN. ACOS INOX. A FRIO, L >= 600MM, 0.5MM <= E <= 1MM
27	72104910	LAMIN. FERRO/ACO, L >= 6DM, GALVAN. OUTRO PROC. E < 4. 75MM
28	41071120	OUTS. COUROS/PELES, INT. BOVINOS, PENA FL. PREPARS
29	72101200	LAMIN. FERRO/ACO, L >= 6DM, ESTANHADO, E < 0.5MM
30	87089990	OUTRAS PARTES E ACESS. P/ TRATORES E VEICULOS AUTOMOVEIS
31	25070010	CAULIM
32	72105000	LAMIN. FERRO/ACO, L >= 6DM, REVEST. OXIDO DE CROMO E/OU CROMO
33	39011010	POLIETILENO LINEAR, DENSIDADE < 0.94, EM FORMA PRIMARIA
34	29181990	OUTROS ACIDOS CARBOXILICOS FUNCAO ALCOOL, ANIDRIDOS, ETC.
35	84099913	INJETORES PARA MOTORES DIESEL OU SEMIDIESEL
36	84181000	REFRIGERADORES COMBIN. C/ CONGELADORES, PORTA EXT. SEPARADA
37	84073200	MOTORES DE EXPLOSAO, P/ VEIC. CAP 87, SUP 50CM3 ATE 250CM3
38	41041940	OUTS. COUROS/PELES, BOVINOS, INCL. BUFALOS, UMIDOS
39	40114000	PNEUS NOVOS PARA MOTOCICLETAS
40	48025610	PAPEL FIBRA MEC <= 10%, 40 <= P <= 150G/M2,FLS. LADO <= 360MM
41	44121900	OUTS. MADEIRAS COMPENSADAS, COM FOLHAS DE ESPESSURA <= 6MM
42	41041910	OUTS. COUROS INT. BOVINOS, "WET BLUE", S <= 2,6M2
43	15081000	OLEO DE AMENDOIM, EM BRUTO
44	44121400	MADEIRA COMPENSADA C/ FLS <= 6MM, FACE DE MADEIRA N/ CONIFER
45	84314920	PARTES DE OUTS. MAQS. E APARELHOS DE TERRAPLANAGEM, ETC.
46	44079990	OUTRAS MADEIRAS SERRADAS/CORTADAS EM FOLHAS, ETC. ESP > 6MM
47	84831010	VIRABREQUINS (CAMBOTAS)
48	72072000	PRODS. SEMIMANUFAT. DE FERRO/ACO, N/ LIGADOS, CARBONO >= 0.25%
49	41041112	COUROS INT. BOVINOS, N/ DIV. UM. PENA FLOR <= 2,6M2
50	64039100	OUTROS CALCADOS DE COURO NATURAL, COBRINDO O TORNOZELO



2005 (Jan/Ago)			2004 (Jan/Ago)			Var. Rel.
Valor/US\$ F.O.B.	Part. %	Peso/KG	Valor/US\$ F.O.B.	Part. %	Peso/Kg	05/04-Jan/Ago
<b>2.215.734.144</b>	<b>100,00</b>	<b>11.201.252.165</b>	<b>1.961.303.081</b>	<b>100,00</b>	<b>10.804.331.651</b>	<b>12,97</b>
1.943.803.721	87,73	10.986.603.109	1.440.820.420		9.845.567.642	-
258.533.540	11,67	1.107.044.186	190.535.843	9,71	671.002.404	35,69
208.098.886	9,39	106.983.180	103.797.716	5,29	86.816.380	100,49
159.983.900	7,22	3.414.666.287	100.290.326	5,11	2.898.976.338	59,52
114.394.180	5,16	4.590.074.400	86.849.997	4,43	4.761.698.214	31,71
113.624.535	5,13	321.012.789	95.129.206	4,85	271.906.168	19,44
80.436.546	3,63	28.160.791	62.454.918	3,18	21.222.246	28,79
73.210.857	3,30	358.305.595	88.728.805	4,52	361.320.638	-17,49
52.689.453	2,38	23.757.256	36.165.811	1,84	18.696.142	45,69
47.309.061	2,14	14.406.871	38.208.133	1,95	12.837.329	23,82
38.974.481	1,76	3.082.605	37.392.809	1,91	2.597.934	4,23
36.676.332	1,66	158.223.716	6.807.099	0,35	47.209.746	438,80
32.121.117	1,45	5.412.060	25.293.595	1,29	4.382.170	26,99
28.554.435	1,29	6.384.897	21.018.920	1,07	4.134.031	35,85
26.985.801	1,22	77.889.675	23.554.970	1,20	73.794.630	14,57
26.787.775	1,21	10.734.879	78.189.122	3,99	30.901.021	-65,74
25.862.538	1,17	2.175.710	18.089.495	0,92	1.390.375	42,97
25.573.024	1,15	26.102.339	16.665.697	0,85	17.553.249	53,45
24.558.113	1,11	145.800.400	16.570.139	0,84	106.174.193	48,21
23.428.856	1,06	16.300.000	16.922.270	0,86	13.120.800	38,45
23.422.109	1,06	54.842.022	-	-	-	-
22.459.061	1,01	6.006.656	16.543.996	0,84	4.708.349	35,75
21.414.380	0,97	898.238	6.511.972	0,33	304.316	228,85
19.246.309	0,87	2.220.325	22.172.553	1,13	2.622.605	-13,20
18.784.785	0,85	31.620.916	6.557.017	0,33	17.433.727	186,48
18.736.580	0,85	64.557.000	8.591.859	0,44	43.131.094	118,07
17.689.986	0,80	9.321.842	16.729.113	0,85	9.431.859	5,74
16.304.187	0,74	21.289.445	2.764.721	0,14	5.587.603	489,72
14.871.095	0,67	1.257.114	15.805.317	0,81	1.211.730	-5,91
14.229.104	0,64	14.824.548	8.622.800	0,44	12.221.707	65,02
12.074.661	0,54	2.276.131	11.288.894	0,58	2.840.202	6,96
11.425.001	0,52	95.270.110	9.914.143	0,51	88.404.740	15,24
10.959.365	0,49	12.246.509	5.508.370	0,28	9.562.574	98,96
10.832.551	0,49	11.603.625	620.558	0,03	940.500	-
10.494.498	0,47	357.294	5.276.221	0,27	254.432	98,90
9.927.117	0,45	122.097	608.263	0,03	6.032	-
9.226.777	0,42	2.782.706	11.747.453	0,60	4.094.105	-21,46
8.980.600	0,41	468.462	1.682.200	0,09	89.801	433,86
8.231.863	0,37	4.204.764	1.929.484	0,10	2.262.240	326,64
8.004.275	0,36	2.808.188	8.049.167	0,41	2.866.750	-0,56
7.565.350	0,34	12.774.083	8.386.611	0,43	13.938.394	-9,79
7.428.463	0,34	15.903.088	11.467.309	0,58	22.655.766	-35,22
7.203.175	0,33	3.623.465	13.516	-	54.385	-
7.004.104	0,32	7.609.480	2.350.596	0,12	2.318.370	197,97
6.741.967	0,30	10.519.294	6.347.952	0,32	10.797.436	6,21
6.278.258	0,28	2.058.822	4.704.504	0,24	2.040.667	33,45
5.818.121	0,26	9.484.319	4.838.761	0,25	9.652.473	20,24
5.766.635	0,26	1.775.029	6.253.986	0,32	1.475.427	-7,79
5.690.296	0,26	8.681.676	3.629.300	0,19	8.313.010	56,79
5.613.678	0,25	2.783.698	-	-	-	-
5.514.603	0,25	216.365	853.413	0,04	36.857	546,18

## Itália Principais Produtos

Fonte: SISCOMEX

Seq.	NCM	Descrição
51	85114000	MOTORES DE ARRANQUE P/ MOTOR EXPLOSAO/DIESEL
52	68010000	PEDRA P/ CALCETAR MEIO-FIO E PLACA P/ PAVIM. DE PEDRA NAT.
53	40021919	BORRACHA DE ESTIRENO-BUTADIENO, EM OUTS. FORMAS PRIMARIAS
54	84099114	VALVULAS DE ADMISSAO OU DE ESCAPE, P/ MOTORES DE EXPLOSAO
55	29261000	ACRILONITRILA
56	41071290	COUROS/PELES, INTEIROS. EQUIDEOS, PREPARADOS
57	41041111	COUROS INT. BOVINOS, N/ DIV. "WET BLUE", S <= 2,6M2
58	85015310	MOTOR ELETR. CORR. ALTERN. TRIF. 75KW < POT <= 7500KW
59	08030000	BANANAS FRESCAS OU SECAS
60	87087090	OUTRAS RODAS, SUAS PARTES E ACESS. P/ VEICULOS AUTOMOVEIS
61	72023000	FERROSSILICIO-MANGANES
62	48025592	PAPEL KRAFT, FIBRA PROC. MEC <= 10%, 40G/M2 <= P <= 150G/M2
63	41071920	OUTS. COUROS/PELES INT. BOVINOS, PREPARADOS
64	40111000	PNEUS NOVOS PARA AUTOMOVEIS DE PASSAGEIROS
65	72249000	PRODUTOS SEMIMANUFATURADOS, DE OUTRAS LIGAS DE ACOS
66	74082990	OUTROS FIOS DE LIGAS DE COBRE
67	87088000	AMORTECEDORES DE SUSPENSAO P/ TRATORES E VEIC. AUTOMOVEIS
68	02072700	CARNES DE PERUAS/PERUS, EM PEDACOS E MIUDEZAS, CONGELADAS
69	24012040	FUMO N/ MANUF. TOTAL/PARC. DESTAL. FLS. SECAS, TIPO "BURLEY"
70	02050000	CARNES DE CAVALO, ASININO E MUAR, FRESCAS, REFRIG. OU CONG.
71	52010020	ALGODAO SIMPLEMENTE DEBULHADO, NAO CARDADO NEM PENTEADO
72	64069990	OUTRAS PARTES DE CALCADOS, ETC. DE OUTRAS MATERIAS
73	05040090	BEXIGAS E ESTOMAGOS, DE ANIMAIS, EXC. PEIXES, FRESCAS, ETC.
74	29420090	OUTROS COMPOSTOS ORGANICOS
75	40025900	BORRACHA DE ACRILONITRILA-BUTADIENO EM CHAPAS, FLS. ETC.
76	87043190	OUTROS VEICULOS AUTOMOVEIS C/ MOTOR EXPLOSAO, CARGA <= 5T
77	02071400	PEDACOS E MIUDEZAS, COMEST. DE GALOS/GALINHAS, CONGELADOS
78	84099990	OUTRAS PARTES P/ MOTORES DIESEL OU SEMIDIESEL
79	76011000	ALUMINIO NAO LIGADO EM FORMA BRUTA
80	41041990	COUROS/PELES, EQUIDEOS, UMIDOS
81	84224090	OUTS. MAQUINAS E APARS. P/ EMPACOTAR/EMBALAR MERCADORIAS
82	22071000	ALCOOL ETILICO N/ DESNATURADO C/ VOL. TEOR ALCOOLICO >= 80%
83	72071200	OUTROS PRODS. SEMIMANUF. FERRO/ACO, C < 0.25%, SEC. TRANSV. RET
84	29091910	ETER METIL-TER-BUTILICO (MTBE)
85	05040011	TRIPAS DE BOVINOS, FRESCAS, REFRIG. CONGEL. SALG. DEFUMADAS
86	90328925	CONTROLADORES ELETRON. P/ SIST. DE INJECAO, AUTOMATICOS
87	39041010	POLICLORETO DE VINILA, OBT. PROC. SUSPENSAO, FORMA PRIMARIA
88	87083900	OUTROS FREIOS E SUAS PARTES, P/ TRATORES/VEIC. AUTOMOVEIS
89	08013200	CASTANHA DE CAJU, FRESCA OU SECA, SEM CASCA
90	41044920	OUTS. COUROS/PELES BOVINOS, SECOS
91	84149039	OUTRAS PARTES DE COMPRESSORES DE AR/OUTRAS GASES
92	85119000	PARTES DE APARS. DISPOSIT. ELETR. IGNICAO, ETC. P/ MOTOR EXPL
93	39074090	OUTS. POLICARBONATOS EM FORMAS PRIMARIAS
94	84705011	CAIXAS REGISTRADORAS, ELETRON. CAPAC. COMUN. COMPUTADOR, ETC
95	44130000	MADEIRA "DENSIFICADA", EM BLOCOS, PRANCHAS, LAMINAS, PERFIS
96	44092000	MADEIRA DE NAO CONIFERAS, PERFILADA
97	24012030	FUMO N/ MANUF. TOTAL/PARC. DESTAL. FLS. SECAS, ETC. VIRGINIA
98	39094011	FENOL-FORMALDEIDO, LIPOSSOLUVEL, PURO OU MODIFICADO
99	15071000	OLEO DE SOJA, EM BRUTO, MESMO DEGOMADO
100	85011019	OUTROS MOTORES ELETR. DE CORRENTE CONTINUA, P <= 37.5W

DEMAIS PRODUTOS

2005 (Jan/Ago)			2004 (Jan/Ago)			Var. Rel.
Valor/US\$ F.O.B.	Part. %	Peso/KG	Valor/US\$ F.O.B.	Part. %	Peso/Kg	05/04-Jan/Ago
5.495.496	0,25	980.523	599.138	0,03	114.937	817,23
5.186.417	0,23	30.847.053	4.217.737	0,22	26.977.930	22,97
5.172.153	0,23	3.674.027	1.457.260	0,07	1.613.509	254,92
4.978.822	0,22	195.523	4.890.464	0,25	187.465	1,81
4.936.099	0,22	3.835.921	3.892.397	0,20	4.513.595	26,81
4.890.914	0,22	429.489	3.972.260	0,20	332.640	23,13
4.826.272	0,22	2.330.555	23.768.707	1,21	10.341.279	-79,69
4.798.115	0,22	790.374	4.870.655	0,25	939.858	-1,49
4.701.824	0,21	15.930.720	3.878.988	0,20	14.058.720	21,21
4.700.827	0,21	2.170.721	2.379.186	0,12	1.189.165	97,58
4.506.231	0,20	7.012.585	8.435.005	0,43	12.563.588	-46,58
4.491.182	0,20	6.707.805	3.625.087	0,18	5.713.727	23,89
4.383.282	0,20	556.004	2.867.082	0,15	393.278	52,88
4.326.442	0,20	1.730.287	2.632.438	0,13	1.129.458	64,35
4.308.717	0,19	7.437.295	3.419.338	0,17	9.995.820	26,01
4.228.789	0,19	808.969	221.459	0,01	51.384	-
4.157.102	0,19	1.047.038	4.088.995	0,21	987.572	1,67
4.136.492	0,19	2.114.342	5.595.775	0,29	2.333.316	-26,08
4.124.049	0,19	1.102.080	1.748.700	0,09	626.670	135,84
4.088.299	0,18	1.672.412	4.414.183	0,23	1.818.433	-7,38
4.027.362	0,18	3.331.380	3.269.755	0,17	2.593.876	23,17
3.909.259	0,18	196.781	3.009.671	0,15	119.347	29,89
3.833.954	0,17	3.250.853	4.588.630	0,23	3.759.210	-16,45
3.833.336	0,17	47.922	3.616.213	0,18	46.401	6,00
3.634.321	0,16	2.244.733	2.540.984	0,13	2.301.181	43,03
3.618.261	0,16	639.760	5.247.899	0,27	864.160	-31,05
3.617.486	0,16	2.073.224	4.411.680	0,22	2.134.511	-18,00
3.597.372	0,16	498.819	4.353.211	0,22	594.179	-17,36
3.537.167	0,16	2.015.481	-	-	-	-
3.527.920	0,16	890.025	1.426.087	0,07	758.325	147,38
3.314.187	0,15	52.296	3.249.249	0,17	75.845	2,00
3.267.193	0,15	8.378.465	-	-	-	-
3.253.990	0,15	5.256.601	9.583.500	0,49	34.860.173	-66,05
3.233.299	0,15	7.146.844	-	-	-	-
3.129.897	0,14	1.263.537	3.415.516	0,17	1.376.647	-8,36
3.124.342	0,14	13.565	1.752.434	0,09	8.089	78,29
3.031.340	0,14	3.588.000	1.548.340	0,08	2.132.000	95,78
3.013.575	0,14	1.354.240	3.855.838	0,20	2.174.350	-21,84
2.995.036	0,14	944.849	2.236.755	0,11	978.459	33,90
2.960.156	0,13	433.306	520.551	0,03	98.190	468,66
2.939.496	0,13	1.551.565	4.871.232	0,25	2.958.753	-39,66
2.836.281	0,13	289.804	1.935.498	0,10	201.841	46,54
2.811.877	0,13	896.500	1.117.128	0,06	540.000	151,71
2.735.200	0,12	26.323	-	-	-	-
2.693.686	0,12	6.002.276	21.337	-	11.600	-
2.681.273	0,12	2.824.437	1.105.850	0,06	1.520.555	142,46
2.665.839	0,12	831.400	3.026.042	0,15	955.800	-11,90
2.652.847	0,12	2.124.520	3.307.804	0,17	3.468.775	-19,80
2.574.000	0,12	6.000.000	-	-	-	-
2.573.861	0,12	136.933	3.399.442	0,17	161.872	-24,29
271.930.423	12,27	214.649.056	520.482.661	26,54	958.764.009	-47,75



## Itália Principais Produtos

Fonte: SISCOMEX

Seq.	NCM	Descrição
<b>TOTAL GERAL</b>		
TOTAL DOS PRINCIPAIS PRODUTOS IMPORTADOS		
1	27101921	"GASOLEO" (OLEO DIESEL)
2	87089990	OUTRAS PARTES E ACESS. P/ TRATORES E VEICULOS AUTOMOVEIS
3	27101141	NAFTAS PARA PETROQUIMICA
4	84314920	PARTES DE OUTS. MAQS. E APARELHOS DE TERRAPLANAGEM, ETC.
5	27101931	OLEOS LUBRIFICANTES SEM ADITIVOS
6	84798999	OUTRAS MAQUINAS E APARELHOS MECANICOS C/ FUNCAO PROPRIA
7	87082999	OUTRAS PARTES E ACESS. DE CARROCARIAS P/ VEIC. AUTOMOVEIS
8	84224090	OUTS. MAQUINAS E APARS. P/ EMPACOTAR/EMBALAR MERCADORIAS
9	84082030	MOTORES DIESEL/SEMIDIESEL, P/ VEIC. CAP 87, 2500 < CM3 <= 3500
10	84834010	CAIXAS DE TRANSMISSAO, REDUTORES, ETC. DE VELOCIDADE
11	84082020	MOTORES DIESEL/SEMIDIESEL, P/ VEIC. CAP 87, 1500 < CM3 <= 2500
12	87084090	CAIXAS DE MARCHAS P/ VEICULOS AUTOMOVEIS
13	30021036	INTERFERON BETA
14	84223029	MAQS. E APARS. P/ ENCHER/FECHAR LATAS, CAPSULAR VASOS, ETC.
15	30042099	MEDICAMENTOS CONTENDO OUTROS ANTIBIOTICOS, EM DOSES
16	73181500	OUTS. PARAFUSOS/PINOS/PERNOS, DE FERRO FUNDIDO/FERRO/ACO
17	85421000	CARTOES MUNIDOS DE UM CIRCUITO INTEGR. ELETRON
18	41071920	OUTS. COUROS/PELES INT. BOVINOS, PREPARADOS
19	90041000	OCULOS DE SOL
20	39269090	OUTRAS OBRAS DE PLASTICOS
21	84099190	OUTRAS PARTES PARA MOTORES DE EXPLOSAO
22	85179010	CIRCUITO IMPRESSO MONTADO P/ TELEFONIA, ETC.
23	84775990	OUTRAS MAQUINAS E APARELHOS P/ MOLDAR BORRACHA/PLAST.
24	87083900	OUTROS FREIOS E SUAS PARTES, P/ TRATORES/VEIC. AUTOMOVEIS
25	39081024	POLIAMIDA-6 OU POLIAMIDA-6,6, SEM CARGA, EM PEDACOS, ETC.
26	84099912	BLOCOS DE CILINDROS, CABECOTES, ETC. P/ MOTORES DIESEL/SEMI
27	87085090	EIXOS DE TRANSMISSAO C/ DIFERENCIAL P/ VEIC. AUTOMOVEIS
28	29336913	ATRAZINA
29	84771099	OUTRAS MAQUINAS DE MOLDAR BORRACHA/PLAST. P/ INJECAO
30	85299019	OUTRAS PARTES P/ APARELHOS TRANSMISSORES/RECEPTORES
31	84621090	OUTS. MAQS. FERRAM. P/ FORJAR/ESTAMPAR METAIS, MARTELOS, ETC.
32	87086090	OUTROS EIXOS E SUAS PARTES, P/ VEICULOS AUTOMOVEIS
33	85389090	OUTRAS PARTES P/ APARELHOS INTERRUPTOR CIRCUITO ELETR.
34	85451100	ELETRODOS DE CARVAO P/ USO EM FORNOS ELETR.
35	40169990	OUTRAS OBRAS DE BORRACHA VULCANIZADA, NAO ENDURECIDA
36	84198190	OUTS. APARELHOS/DISPOSIT. P/ PREPAR. DE BEBIDAS QUENTES, ETC
37	84818095	VALVULAS TIPO ESFERA
38	84559000	OUTRAS PARTES DE LAMINADORES DE METAIS
39	84289090	OUTS. MAQS. E APARS. DE ELEVACAO, DE CARGA, DE DESCARGA, ETC.
40	85252089	OUTS. APARS. TRANSM/RECEP RADIOTELEF. RADIOTELEGRAF. DIGIT.
41	22042100	OUTS. VINHOS, MOSTOS DE UVAS, FERM. IMPED. ALCOOL, RECIPS <= 2L
42	84834090	ENGRENAGENS E RODAS DE FRICCAO, EIXOS DE ESFERAS/ROLETES
43	85365090	OUTS. INTERRUPTORES, ETC. DE CIRCUITOS ELETR. P/ TENSAO <= 1KV
44	19021900	OUTRAS MASSAS ALIMENTICIAS, NAO COZIDAS, NAO RECHAD. ETC.
45	84081090	OUTROS MOTORES DIESEL/SEMIDIESEL, PARA EMBARCACAO
46	85252079	OUTS. APARS. TRANSM/RECEP RADIOTELEF/TELEGR. DIGIT. F < 15GHZ
47	84531090	OUTS. MAQUINAS E APARS. P/ PREPAR/CURTIR/TRAB. COUROS/PELES
48	88033000	OUTRAS PARTES P/ AVIOES OU HELICOPTEROS
49	85175099	OUTS. APARS. P/ TELECOM. CORRENTE PORTADORA/TELECOM. DIGITAL
50	40169300	JUNTAS, GAXETAS, SEMELHS. DE BORRACHA VULCAN. N/ ENDURECIDA

2005 (Jan/Ago)			2004 (Jan/Ago)			Var. Rel.
Valor/US\$ F.O.B.	Part. %	Peso/KG	Valor/US\$ F.O.B.	Part. %	Peso/Kg	05/04-Jan/Ago
<b>1.585.969.192</b>	<b>100,00</b>	<b>517.390.252</b>	<b>1.345.155.018</b>	<b>100,00</b>	<b>371.353.310</b>	<b>17,90</b>
738.149.509	46,54	329.631.667	491.074.431		126.425.650	
71.651.700	4,52	136.959.334	13.403.710	1,00	36.834.855	434,57
38.437.177	2,42	5.369.307	31.245.738	2,32	4.179.281	23,02
29.200.356	1,84	62.744.084	-	-	-	-
25.174.949	1,59	8.056.232	15.746.411	1,17	7.002.143	59,88
24.422.743	1,54	49.126.772	8.717.620	0,65	20.691.336	180,15
24.130.074	1,52	2.199.275	13.201.173	0,98	629.530	82,79
20.171.082	1,27	4.254.081	14.468.718	1,08	2.937.724	39,41
12.351.868	0,78	305.332	10.120.906	0,75	338.946	22,04
12.228.451	0,77	1.772.197	10.066.035	0,75	1.662.183	21,48
10.663.498	0,67	993.934	8.385.671	0,62	770.057	27,16
10.440.813	0,66	667.012	10.195.299	0,76	701.783	2,41
10.008.649	0,63	818.118	10.634.560	0,79	923.520	-5,89
9.127.383	0,58	1.580	10.023.558	0,75	1.782	-8,94
9.051.651	0,57	423.242	6.084.179	0,45	201.977	48,77
8.938.544	0,56	12.586	5.765.537	0,43	21.525	55,03
8.792.607	0,55	2.175.148	5.826.575	0,43	1.498.501	50,91
8.781.485	0,55	29.196	9.204.619	0,68	18.196	-4,60
8.729.182	0,55	549.891	3.697.782	0,27	268.523	136,07
8.604.296	0,54	36.062	8.029.125	0,60	32.168	7,16
8.529.392	0,54	746.089	8.171.596	0,61	829.138	4,38
8.474.455	0,53	314.096	5.822.536	0,43	247.819	45,55
8.470.872	0,53	11.094	4.369.771	0,32	7.971	93,85
8.220.875	0,52	203.501	21.595	-	4.052	-
7.752.052	0,49	1.197.165	5.442.369	0,40	845.910	42,44
7.395.314	0,47	3.172.426	6.786.468	0,50	4.120.415	8,97
7.368.664	0,46	1.346.002	611.685	0,05	116.178	-
7.273.528	0,46	1.143.509	6.097.263	0,45	914.228	19,29
6.857.120	0,43	2.300.000	5.176.500	0,38	2.030.000	32,47
6.586.559	0,42	812.592	3.408.661	0,25	457.499	93,23
6.562.144	0,41	64.503	2.811.235	0,21	38.198	133,43
6.478.170	0,41	296.466	293.489	0,02	71.500	-
6.379.921	0,40	1.090.579	4.928.692	0,37	727.804	29,44
6.355.702	0,40	371.789	6.099.275	0,45	340.391	4,20
6.142.613	0,39	4.786.021	6.573.264	0,49	4.979.413	-6,55
6.077.759	0,38	599.278	5.684.686	0,42	574.371	6,91
6.068.687	0,38	247.371	2.704.269	0,20	146.325	124,41
5.986.095	0,38	778.098	7.669.499	0,57	1.019.802	-21,95
5.857.149	0,37	444.660	6.776.834	0,50	456.613	-13,57
5.851.744	0,37	450.538	4.567.739	0,34	637.212	28,11
5.848.240	0,37	17.917	6.718.381	0,50	21.611	-12,95
5.613.275	0,35	2.808.388	6.386.774	0,47	3.016.253	-12,11
5.587.494	0,35	434.142	4.303.894	0,32	371.909	29,82
5.327.535	0,34	154.509	4.794.242	0,36	127.919	11,12
5.290.650	0,33	6.968.939	4.434.482	0,33	6.520.515	19,31
5.289.617	0,33	141.218	1.033.379	0,08	46.343	411,88
5.268.463	0,33	19.474	4.029.078	0,30	16.747	30,76
5.212.825	0,33	620.165	7.708.879	0,57	908.984	-32,38
5.045.742	0,32	4.543	8.879.095	0,66	5.769	-43,17
4.910.132	0,31	10.506	3.321.957	0,25	9.208	47,81
4.887.398	0,31	194.778	3.977.682	0,30	191.909	22,87

## Itália Principais Produtos

Fonte: SISCOMEX

Seq.	NCM	Descrição
51	84622900	OUTRAS MAQUINAS FERRAM. P/ ENROLAR, ARQUEAR, ETC. METAIS
52	84198999	OUTS. APARELHOS E DISPOSITIV. P/ TRAT. MATER. MODIF. TEMPERAT
53	90318099	OUTS. INSTRUMENTOS, APARELHOS E MAQS. DE MEDIDA/CONTROLE
54	73261900	OUTRAS OBRAS FORJADAS/ESTAMPADAS, DE FERRO OU ACO
55	84748090	MAQUINAS P/ AGLOMERAR/MOLDAR COMBUSTIV. MINER. SOLIDOS, ETC
56	84543010	MAQUINAS DE VAZAR (MOLDAR) SOB PRESSAO
57	29339969	OUTS. COMPOSTOS HETEROCICL. CONT. CICLO TRIAZOL
58	54024910	FIO ELASTOMERICO, DE OUTS. FILAM. SINT. SIMPLES, TORC <= 50V/M
59	84622100	MAQS-FERRAM. P/ ENROLAR, ARQUEAR, ETC. METAIS, C/ CMDO. NUMER.
60	39211390	OUTS. CHAPAS, ETC. DE POLIURETANOS, ALVEOLARES
61	90328929	OUTROS CONTROLADORES ELETRON. AUTOMAT. P/ VEIC. AUTOMOVEIS
62	84609010	OUTS. MAQS. FERRAM. P/ AMOLAR, ETC. METAIS/CERAMAI, C/ CMD. NUM
63	85119000	PARTES DE APARS. DISPOSIT. ELETR. IGNICAO, ETC. P/ MOTOR EXPL
64	84119900	PARTES DE OUTRAS TURBINAS A GAS
65	84099111	BIELAS PARA MOTORES DE EXPLOSAO
66	30049069	OUTS. MEDICAM. C/ COMP. HETEROCICL. HETEROAT. NITROG. EM DOSES
67	87089493	CAIXAS DE DIRECAO P/ VEICULOS AUTOMOVEIS
68	72173010	FIOS DE FERRO/ACO, REVEST. OUTS. MET. COMUNS, CARBONO >= 0.6%
69	84201090	OUTRAS CALANDRAS E LAMINADORES
70	39199000	OUTS. CHAPAS, FOLHAS, TIRAS, ETC. AUTO-ADESIVAS, DE PLASTICOS
71	84819090	PARTES DE TORNEIRAS, OUTS. DISPOSITIV. P/ CANALIZACOES, ETC.
72	84818099	TORNEIRAS E OUTROS DISPOSITIVOS P/ CANALIZACOES, ETC.
73	40112090	OUTROS PNEUS NOVOS PARA ONIBUS OU CAMINHOS
74	59032000	TECIDO IMPREGNADO/REVESTIDO, ETC. C/ POLIURETANO
75	72210000	FIO-MAQUINA DE ACOS INOXIDAVEIS
76	84821010	ROLAMENTOS DE ESFERAS, DE CARGA RADIAL
77	38151900	OUTROS CATALIZADORES EM SUPORTE
78	87141900	OUTRAS PARTES E ACESS. P/ MOTOCICLETAS INCL. CICLOMOTORES
79	84778090	OUTS. MAQS. E APARS. P/ TRAB. BORRACHA/PLAST. FABR. SEUS PRODS
80	84454018	OUTRAS BOBINADEIRAS DE MATERIA TEXTIL, C/ ATADOR AUTOMAT.
81	84831090	OUTRAS ARVORES (VEIOS) DE TRANSMISSAO
82	84159000	PARTES DE MAQUINAS E APARELHOS DE AR CONDICIONADO
83	73269000	OUTRAS OBRAS DE FERRO OU ACO
84	84829900	OUTRAS PARTES DE ROLAMENTOS
85	38099390	OUTROS AGENTES DE APRESTO/ACABAMENTO, ETC. P/ IND. DO COURO
86	30043999	OUTS. MEDICAMENTOS CONT. HORMONIOS, EM DOSES, ETC
87	15091000	AZEITE DE OLIVA, VIRGEM
88	29419039	OUTRAS CEFALOSPORINAS E CEFAMICINAS, DERIVADOS E SAIS
89	29419089	OUTROS POLIPEPTIDIOS E SEUS SAIS
90	59119000	OUTS. PRODS/ARTEFATOS, DE MATERIAS TEXTEIS, P/ USO TECNICO
91	84139100	PARTES DE BOMBAS P/ LIQUIDOS
92	85362000	DISJUNTORES P/ TENSAO <= 1KV
93	85030010	PARTES DE MOTORES/GERADORES DE POT <= 75KVA
94	30021029	OUTS. FRACOES DO SANGUE, PROD. IMUNOL. MODIF. EXC. MEDICAMENT
95	40111000	PNEUS NOVOS PARA AUTOMOVEIS DE PASSAGEIROS
96	83021000	DOBRADICAS DE METAIS COMUNS, DE QQ. TIPO
97	84082090	OUTROS MOTORES DIESEL/SEMIDIESEL, P/ VEIC. DO CAP 87
98	84229090	PARTES DE MAQS. E APARS. P/ LIMPAR/SECAR/ENCHER/FECHAR, ETC
99	30049099	OUTROS MEDICAM. CONT. PRODS. P/ FINS TERAPEUTICOS, ETC. DOSES
100	84774010	MAQS. DE MOLDAR A VACUO POLIESTIRENO EXPAND/POLIPROPILEN

DEMAIS PRODUTOS



2005 (Jan/Ago)			2004 (Jan/Ago)			Var. Rel.
Valor/US\$ F.O.B.	Part. %	Peso/KG	Valor/US\$ F.O.B.	Part. %	Peso/Kg	05/04-Jan/Ago
4.568.462	0,29	293.028	1.593.022	0,12	115.315	186,78
4.567.382	0,29	230.816	5.603.386	0,42	652.712	-18,49
4.482.826	0,28	76.770	-	-	-	-
4.420.906	0,28	1.021.391	3.256.911	0,24	886.928	35,74
4.396.131	0,28	1.357.638	3.417.861	0,25	609.854	28,62
4.390.183	0,28	356.730	2.501.578	0,19	273.580	75,50
4.383.926	0,28	35.920	6.193.169	0,46	55.005	-29,21
4.356.992	0,27	552.061	5.607.404	0,42	729.438	-22,30
4.355.457	0,27	195.012	3.362.312	0,25	175.677	29,54
4.354.087	0,27	504.465	4.397.468	0,33	151.046	-0,99
4.330.828	0,27	65.016	2.990.671	0,22	38.150	44,81
4.269.050	0,27	514.451	-	-	-	-
4.211.325	0,27	429.052	3.486.719	0,26	424.743	20,78
4.075.635	0,26	2.487	2.521.784	0,19	2.097	61,62
4.013.490	0,25	494.865	3.390.903	0,25	533.355	18,36
3.987.127	0,25	20.213	7.274.820	0,54	31.822	-45,19
3.939.225	0,25	243.818	1.375.756	0,10	136.412	186,33
3.917.351	0,25	2.581.526	1.901.015	0,14	1.750.559	106,07
3.902.236	0,25	746.109	1.957.249	0,15	208.872	99,37
3.900.003	0,25	1.004.003	3.141.461	0,23	873.085	24,15
3.881.389	0,24	351.175	4.028.831	0,30	429.966	-3,66
3.875.154	0,24	115.928	3.600.341	0,27	146.390	7,63
3.859.751	0,24	946.697	1.605.417	0,12	450.934	140,42
3.804.960	0,24	211.176	3.719.327	0,28	223.056	2,30
3.768.750	0,24	1.375.176	2.507.288	0,19	1.099.110	50,31
3.762.908	0,24	266.943	2.629.857	0,20	198.383	43,08
3.711.670	0,23	20.476	5.314.967	0,40	33.573	-30,17
3.690.274	0,23	175.556	440.726	0,03	26.532	737,32
3.664.133	0,23	196.710	-	-	-	-
3.662.674	0,23	177.047	1.444.626	0,11	84.315	153,54
3.630.217	0,23	480.737	2.432.982	0,18	327.858	49,21
3.562.639	0,22	228.582	3.466.510	0,26	226.256	2,77
3.560.116	0,22	532.183	3.282.472	0,24	463.375	8,46
3.516.379	0,22	152.310	2.617.298	0,19	150.867	34,35
3.505.608	0,22	1.309.289	6.040.651	0,45	2.453.953	-41,97
3.493.922	0,22	3.424	3.664.328	0,27	2.786	-4,65
3.488.818	0,22	927.566	2.418.038	0,18	661.288	44,28
3.443.131	0,22	34.504	2.295.423	0,17	19.252	50,00
3.440.819	0,22	1.078	692.652	0,05	389	396,76
3.405.661	0,21	165.196	2.949.381	0,22	155.033	15,47
3.382.641	0,21	244.391	3.691.409	0,27	265.166	-8,36
3.347.621	0,21	127.544	2.418.354	0,18	91.428	38,43
3.346.727	0,21	596.670	2.833.478	0,21	522.336	18,11
3.312.090	0,21	42.926	689.402	0,05	14.547	380,43
3.294.931	0,21	701.148	1.621.069	0,12	441.162	103,26
3.253.740	0,21	652.551	2.590.861	0,19	646.492	25,59
3.225.098	0,20	409.313	6.470.051	0,48	1.024.111	-50,15
3.209.468	0,20	59.861	3.922.762	0,29	70.182	-18,18
3.185.220	0,20	8.197	2.710.859	0,20	14.574	17,50
3.163.684	0,20	148.203	579.097	0,04	17.650	446,31
847.819.683	53,46	187.758.585	854.080.587	63,49	244.927.660	-0,73

## Indústria da moda

Segundo Fernando Valente Pimentel, Diretor-Superintendente da Associação Brasileira da Indústria Têxtil – ABIT, que a sociedade brasileira, hoje, tem mais acesso a esses produtos, cujos preços encontram-se em níveis bastante razoáveis. Se o país voltar a crescer de forma sustentada, em torno de 5 a 6% ao ano, há campo para se expandir a indústria de têxtil e de confecção.

“Se pudermos realizar acordos com grandes blocos compradores de produtos têxteis e confeccionados, teremos também o mercado internacional ainda por expandir”.

## Minério de ferro do Brasil para a Itália

A Companhia Vale do Rio Doce é a principal exportadora de minério de ferro para a Itália, seguida de sua *joint venture*, a Companhia Ítalo-brasileira de Pelotização. Usado na fabricação do aço, o suprimento de minério de ferro é uma questão importante para a Itália que tem a ILVA SPA, do Grupo Riva italiano, um dos maiores produtores de aço na Europa e o sexto maior do mundo, com uma produção de 15 milhões de toneladas ano. O ferro brasileiro produzido pela Vale, além da vantagem do preço – apresentando o mais baixo custo por tonelada – oferece

também um produto de grande qualidade com alto teor em teor de ferro.

## Fundação Torino

O grupo Fiat é o maior grupo industrial da Itália e um dos maiores do mundo, com operações industriais em mais de 60 países, em diversos continentes. O Brasil é o maior mercado para o grupo, depois da Itália, e ocupa hoje um lugar de destaque na estratégia global da empresa. A Fiat é um dos principais grupos industriais do país, com atuação diversificada nos segmentos metal-mecânico e de serviços.

O grupo Fiat também atua no setor de crédito financeiro (CNH Capital), gestão financeira (Fiat Finanças) e corretagem de seguros (Fides), além de manter no Brasil uma escola bilíngüe, a Fundação Torino, criada em 1974, em Belo Horizonte (MG). A fundação iniciou suas atividades para atender os filhos dos empregados do grupo provenientes da Itália e funcionou como uma escola italiana até 1991.

Devido à crescente demanda e à sua significativa aceitação pela sociedade, em 1992 a escola passou a ser bicultural, sendo reconhecida pela Secretaria de Estado da Educação de Minas Gerais e pelo Ministério Italiano de Educação. A partir desta data, a escola foi aberta a todos aqueles que desejavam um ensino diferenciado para seus filhos.

Com sede própria desde 1997, a Fundação Torino está atenta às crescentes necessidades do mercado e às exigências da sociedade.

Oferece aos alunos uma ampla formação cultural, integrando os currículos italiano e brasileiro.

## Crédito para micros e pequenas empresas

Um dos maiores entraves para o acesso das micro e pequenas empresas brasileiras ao crédito bancário é a garantia. O Estatuto da Microempresa e das Empresas de Pequeno Porte, em vigor desde 1999, já estabeleceu normas para a criação, no Brasil, de sociedades de garantia solidária, como a Associação de Garantia de Crédito da Serra, constituída em dezembro de 2003, e que reúne 34 municípios do Rio Grande do Sul. O modelo é semelhante às sociedades de garantia recíproca (SGRs), que existem em diversos países europeus, inclusive na Itália. O modelo italiano está estruturado em organizações denominadas Consorzio Granzia Collectiva Fidi (Confidi), com mais de 900 mil empresas associadas, o que representa cerca de 25% da MPEs do setor privado naquele país. As Confidi garantem até 80% do crédito concedido pelos bancos, depois de esgotadas todas as instâncias negociais e judiciais para recebimento da dívida.

## Design brasileiro premiado na Itália

A empresa Coza, de Caxias do Sul, teve um de seus produtos, o prendedor multiuso, premiado pelo seu estilo e desenho, quando ganhou, em 2004 o prêmio Macef de Milão, um dos mais importantes prêmios



## AGÊNCIA BRASILEIRA DE IMPRENSA

A Revista dos Seminários Bilaterais de Comércio Exterior e Investimento, organizados pela FCCE, é distribuída entre as mais destacadas personalidades, do Brasil e do exterior, que atuam no comércio internacional.

Anunciar aqui é fazer chegar o seu produto a quem realmente interessa, a quem decide.

Procure-nos.

Tel.: 55 21 2221 9638

eduardo.teixeira@abrapress.com.br

mundiais da categoria. Criação das *designers* Taciana Silva e Marcela Albuquerque, o prendedor multiuso tem um desenho inovador que possibilita prender a roupa no varal e, ao mesmo tempo, usá-lo como gancho. Ao todo, são 22 premiações, nacionais e internacionais conquistadas pela empresa.

Com mais de 20 anos de atuação no mercado brasileiro, a Coza é hoje líder nacional no segmento de utilidades plásticas com *design*. Sinônimo de vanguarda, foi a responsável pela criação de um novo conceito para o uso de acessórios em plástico, colocando o material em todos os ambientes da casa.

Investindo em inovação e acompanhando as tendências mundiais, a marca lança novas coleções duas vezes por ano. A empresa produz cerca de 14 milhões de peças, nas linhas de mesa, banho, organizadores, escritório, luminárias e decoração. Com a ampliação do parque fabril, a Coza retomou as exportações em

## EM BREVE



Manuais de Procedimentos e Informações  
Brasil-Portugal, Brasil-Marrocos, Brasil-Bélgica/Luxemburgo, Brasil-Suíça,  
Brasil-Argentina, Brasil-Venezuela, Brasil-México, Brasil-Chile, Brasil-Holanda e Brasil-Itália.

meados de 2004, com atuação destacada na América do Sul.

### Cooperação

Os tradicionais laços que unem brasileiro e italianos estão sendo reforçados pelo Programa Biodiversidade Brasil-Itália, apresentado oficialmente em abril de 2005 e já com resultados

positivos nas áreas de produção de alimentos. Trata-se de um esforço conjunto para implementar a Convenção da Biodiversidade da ONU. Entre os itens prioritários estão a conservação *in situ* (ou seja, projetos que estimulam a proteção da biodiversidade no próprio local onde ela ocorre, como por exemplo, florestas e vegetações originais) e o uso sustentável da diversidade biológica.

### Oriundi

Durante o Seminário Bilateral de Comércio Exterior e Investimentos Brasil-Itália, várias vezes foram mencionados os oriundi, os descendentes de italianos radicados no Brasil. Este contingente de trabalhadores ajudou a

construir a atual economia brasileira e ainda tem grande participação em empresas estabelecidas no Brasil. A imigração em massa de europeus para o Brasil começou em 1875, com italianos, portugueses e espanhóis. De acordo com o Memorial do Imigrante, entre 1870 e 1953, entraram no Brasil cerca de 5 milhões e 400 mil imigrantes, sendo os italianos (1.550.000), portugueses (1.470.000), espanhóis (650.000), alemães (210.000). O Brasil tem a maior população de origem italiana fora da Itália, com 25 milhões de descendentes de italianos. Esses imigrantes se estabeleceram sobretudo nos estados do Sul e Sudeste.

O italiano que se fala no Brasil é, em sua maior parte, derivado de um dialeto do Norte da Itália.







**FEDERAÇÃO DAS CÂMARAS DE COMÉRCIO EXTERIOR**  
**FOREIGN TRADE CHAMBERS FEDERATION**  
**FÉDÉRATION DES CHAMBRES DE COMMERCE EXTÉRIEUR**  
**FEDERACIÓN DE LAS CÁMARAS DE COMERCIO EXTERIOR**

## **Conselho Superior**

---

*Membros Vitalícios*

Antônio Delfim Netto

Benedicto Fonseca Moreira

Bernardo Cabral

Ernane Galvêas (*Presidente*)

Giulite Coutinho

Gustavo Affonso Capanema

José Carlos Fragoso Pires

Laerte Setúbal Filho

Milton Cabral

Nilo Neme (*Vice-Presidente*)

Paulo D'Arrigo Vellinho

Paulo Pires do Rio

Paulo Tarso Flecha de Lima

Philippe Tasso de Saxe-Coburgo e Bragança













Theóphilo de Azeredo Santos



**FCCE**

## Seminários Bilaterais de Comércio Exterior e Investimentos

Calendário 2005

<b>04 de abril</b>	PORTUGAL	
<b>12 de maio</b>	MARROCOS	
<b>30 de maio</b>	BÉLGICA/LUXEMBURGO	
<b>27 de junho</b>	SUÍÇA	
<b>11 de julho</b>	ARGENTINA	
<b>01 de agosto</b>	VENEZUELA	
<b>29 de agosto</b>	MÉXICO	
<b>03 de outubro</b>	CHILE	
<b>10 de novembro</b>	HOLANDA	
<b>21 de novembro</b>	ITÁLIA	
<b>28 de novembro</b>	POLÔNIA	
<b>14 de dezembro</b>	CANADÁ	

ORDEM E PROGRESSO

**Recorde é alcançar**

**US\$ 50,1 bilhões\***

**em operações de  
comércio exterior.**

\*Relatório e estatísticas de 2008

**Banco do Brasil. O seu sócio no Brasil.**

Liderança em ativos. Liderança em administração de recursos. Liderança em comércio exterior. Banco do Brasil. Solidez nos cenários brasileiro e internacional.



[www.bb.com.br](http://www.bb.com.br)

