



UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE  
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO - Linha de Formação  
Específica em COMÉRCIO EXTERIOR



### INDICAÇÃO DE MONOGRAFIA PARA BANCA

Declaro, para os devidos fins e necessários efeitos, que orientei a acadêmica Talita Gislon Possamai, no desenvolvimento de sua monografia intitulada A relação comercial entre Brasil e Itália, bem como indico a monografia para análise da banca examinadora.

Criciúma, 15 de junho de 2016.

Natália Martins Gonçalves

**UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE – UNESC  
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO – LINHA DE FORMAÇÃO ESPECÍFICA EM  
COMÉRCIO EXTERIOR**

**TALITA GISLON POSSAMAI**

**A RELAÇÃO COMERCIAL ENTRE BRASIL E ITÁLIA**

**CRICIÚMA**

**2016**

**TALITA GISLON POSSAMAI**

**A RELAÇÃO COMERCIAL ENTRE BRASIL E ITÁLIA**

Monografia, apresentada para obtenção do grau de Bacharel em Administração com Linha de Formação Específica em Comércio Exterior no Curso de Administração da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC.

Orientador: Prof<sup>a</sup>. Natália Martins Gonçalves, PhD.

**CRICIÚMA**

**2016**

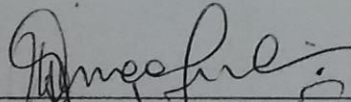
**TALITA GISLON POSSAMAI**

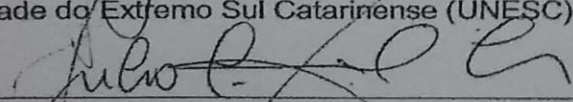
**A RELAÇÃO COMERCIAL ENTRE BRASIL E ITÁLIA**

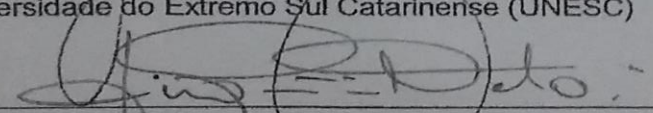
Monografia apresentada para a obtenção do Grau de Bacharel em Administração com Linha de Formação Específica em Comércio Exterior da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC.

Criciúma, 21 de junho de 2016.

**BANCA EXAMINADORA**

  
\_\_\_\_\_  
Prof. Natália Martins Gonçalves, PhD – Orientadora  
Universidade do Extremo Sul Catarinense (UNESC)

  
\_\_\_\_\_  
Prof. Msc. Júlio Cesar de Farias Zilli – Avaliador -  
Universidade do Extremo Sul Catarinense (UNESC)

  
\_\_\_\_\_  
Prof. Msc. Dino Gorjini Neto – Avaliador  
Universidade do Extremo Sul Catarinense (UNESC)

**CRICIÚMA**

**2016**

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a Deus, por estar sempre comigo.

A minha família, em especial a meu pai Jucemar Possamai por acreditar em mim, me apoiar, ajudar e sempre estar presente, querendo o meu melhor.

Um agradecimento especial e com muito carinho à minha orientadora Natália Martins Gonçalves por me ajudar na construção e acreditar no meu trabalho, pela sua paciência e sabedoria. Faltam-me palavras para descrever o quanto sou grata por isso.

Agradeço também ao curso de Administração, à todos os meus professores pois sem eles não conseguiria chegar até o fim.

## RESUMO

POSSAMAI, Talita Gislon. **A relação comercial entre Brasil e Itália**. 2015. 94. Monografia do Curso de Administração com Linha de Formação Específica em Comércio Exterior da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC, Criciúma.

Nas últimas décadas as relações comerciais ocuparam o centro das relações entre diversos países do mundo, formando novas oportunidades, novas parcerias e proporcionando uma influência mais dinâmica e direta entre os mercados. Este estudo aborda as relações comerciais entre Brasil e Itália, baseando-se nos aspectos comercial, político e cultural. Com o objetivo geral de analisar as bases da relação comercial entre Brasil e Itália, a presente monografia constitui em identificar os principais fatos históricos que marcaram as relações políticas e culturais entre Brasil e Itália. A presente pesquisa procura identificar os destaques da pauta de importação e exportação. Existem alguns principais produtos italianos exportados ao Brasil que são concentrados nos setores da mecânica instrumental como acessórios para automóveis e tratores ou as máquinas para a realização de embalagens. Referente as importações italianas do Brasil, o café é um dos produtos mais relevantes. Outros produtos como óleo de soja e o de amendoim, as carnes bovinas e as peles também são importados da Itália. Para atingir os objetivos da pesquisa, a mesma foi classificada de natureza descritiva e explicativa, e no que diz respeito aos meios de investigação a pesquisa é caracterizada como bibliográfica e documental. Para a elaboração da pesquisa, os dados coletados foram colocados através de dados secundários de fontes bibliográficas e documentais e um questionário que acercam o universo desta pesquisa. Com relação a análise dos dados, esta pesquisa foi elaborada com o aspecto qualitativo. Os resultados desta pesquisa foram positivos visto que foram alcançados os objetivos propostos.

**Palavras-chave:** Relações comerciais, Brasil e Itália, balança comercial, acordos bilaterais.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1- Exportação brasileira. ....	32
Figura 2 – Importações brasileiras. ....	34
Figura 3 – Participação do brasil no comércio da Itália. ....	58
Figura 4 – Exportações brasileiras por fator agregado.....	59
Figura 5 – Importações brasileiras pro fator agregado.....	59
Figura 6 – Composição das exportações brasileiras para a Itália. ....	60
Figura 7 – Composição das importações brasileiras originarias da Itália. ....	61
Figura 8 – Evolução do comercio exterior da Itália.....	63
Figura 9 – Direção das exportações da Itália. ....	64
Figura 10 – Origem das importações da Itália.....	65
Figura 11 – Composição das exportações da Itália.....	66
Figura 12 – composição das importações da Itália. ....	67

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Principais importadores do mundo .....	34
Tabela 2 – Produtos exportados do Brasil para Itália .....	55
Tabela 3 – Produtos importados da Itália para o Brasil.....	56
Tabela 4 - Exportações e importações Brasil/Itália – 2008 - 2012 (US\$ bilhões).....	62

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Fontes de títulos da pesquisa bibliográfica e documental.....	40
Quadro 2 - Plano de coleta de dados.....	41
Quadro 3 - Síntese dos procedimentos metodológicos.....	43
Quadro 4 – Cronologia das relações bilaterais entre Brasil e Itália.....	46
Quadro 5 – Acordos assinados entre Brasil e Itália.....	48
Quadro 6 – Atos Internacionais em vigor entre Brasil e Itália.....	49
Quadro 6 – Atos Internacionais em vigor entre Brasil e Itália.....	50
Quadro 7 – Tipos de barreiras externas.....	53
Quadro 8 – Empresas exportadoras do Brasil 2015.....	57
Quadro 9 – Resultados das entrevistas.....	72

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

DSN – Documento de Estratégia Nacional

FMI – Fundo Monetário Internacional

*GATT – General Agreement on Tariffs and Trade*

IILA - Instituto Ítalo-Latino Americano MRE – Ministério das Relações Exteriores

NTB – Barreiras Comercias não Tarifárias

OIT – Organização Internacional do Comércio

OMC – Organização Mundial do Comércio

RADAR - Registro e Rastreamento da Atuação dos Interveniente Aduaneiros

REI - Registo de Exportadores e Importadores

SISCOMEX – Sistema de Comércio Exterior

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	<b>14</b>
1.1 SITUAÇÃO PROBLEMA .....	15
1.2 OBJETIVOS .....	16
<b>1.2.1 Objetivo Geral</b> .....	<b>16</b>
<b>1.2.2 Objetivos Específicos</b> .....	<b>16</b>
1.3 JUSTIFICATIVA .....	16
<b>2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b> .....	<b>18</b>
2.1 RELAÇÕES INTERNACIONAIS .....	18
<b>2.1.1 Geopolítica contemporânea</b> .....	<b>19</b>
<b>2.1.2 Atos internacionais</b> .....	<b>21</b>
<b>2.1.3 Relação entre Europa e América Latina</b> .....	<b>22</b>
2.2 DO GATT A OMC .....	24
2.3 COMERCIO INTERNACIONAL .....	27
<b>2.3.1 Exportação</b> .....	<b>29</b>
<b>2.3.2. Importação</b> .....	<b>32</b>
2.4 CULTURA DOS POVOS E A INFLUÊNCIA NAS RELAÇÕES INTERNACIONAIS .....	35
<b>3 PROCEDIMENTOS METODOLOGICOS</b> .....	<b>37</b>
3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA .....	37
3.2 DEFINIÇÃO DA ÁREA OU POPULAÇÃO-ALVO .....	39
3.3 PLANO DE COLETA DE DADOS .....	40
3.4 PLANO DE ANÁLISE DOS DADOS .....	41
3.5 SÍNTESE DOS PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS .....	42
<b>4 AS BASES DA RELAÇÃO COMERCIAL ENTRE BRASIL E ITÁLIA</b> .....	<b>44</b>
4.1 OS PRINCIPAIS FATOS HISTÓRICOS QUE MARCARAM AS RELAÇÕES POLÍTICAS E CULTURAIS ENTRE BRASIL E ITÁLIA .....	44
4.2 RELAÇÕES POLÍTICAS .....	46
<b>4.2.1. Atos Internacionais entre Brasil e Itália</b> .....	<b>48</b>
<b>4.2.2. Barreiras tarifárias e não tarifárias</b> .....	<b>50</b>
4.3 A BALANÇA COMERCIAL DO BRASIL E DA ITALIA .....	54
<b>4.3.1. Balança comercial brasileira no período entre 1999 e 2014</b> .....	<b>54</b>
<b>4.3.2 Balança comercial italiana no período entre 1999 e 2014</b> .....	<b>61</b>

4.4 OS DESTAQUES DA RELAÇÃO COMERCIAL ENTRE BRASIL E ITALIA.....	67
4.5 EVIDÊNCIAS DA INFLUÊNCIA DOS ASPECTOS CULTURAIS, POLÍTICOS E HISTÓRICOS NAS RELAÇÕES ENTRE BRASIL E ITÁLIA.....	71
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>77</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>79</b>
<b>APÊNDICE.....</b>	<b>82</b>

## 1 INTRODUÇÃO

No cenário internacional as relações comerciais ocuparam nas últimas décadas o centro das relações entre os diversos países do globo, gerando novas oportunidades, novas parcerias e proporcionando uma influência mais dinâmica e direta entre os mercados. Esse estudo aborda as relações comerciais entre Brasil e Itália que, ao decorrer do trabalho perceberemos a parceria entre ambos. As relações entre esses países são abordadas baseando-se em três principais aspectos: comercial, político e cultural.

A Itália tem uma forte estrutura econômica com forte concentração do PIB no setor dos serviços, a maior parte da população ativa atua como serviços de hospedagem e restauração, comércio atacadista e varejista, atividades profissionais, tecnológicas e científica, saúde, assistência social, após, vem o setor das indústrias e a menor parte com agricultura, sendo mais importante o setor do turismo. A Itália é uma República democrática e possui um sistema parlamentar bicameral (MRE, 2014).

De acordo com o MRE (2014), em 2012 o intercâmbio comercial entre Itália e Brasil alcançou o valor de US\$ 10,8 bilhões. Notadamente, as importações na Itália do Brasil foram de US\$ 4,6 bilhões enquanto as exportações da Itália para o Brasil alcançaram um total de US\$ 6,2 bilhões. Os principais produtos italianos exportados ao Brasil concentram-se nos setores da mecânica instrumental como acessórios para automóveis e tratores ou as máquinas para a realização de embalagens. A respeito das importações italianas do Brasil, em 2012 a categoria de produtos mais relevante foi o café, que representou 13,2% do total das importações italianas do Brasil. Também são importados na Itália outros produtos como o óleo de soja e o de amendoim, as carnes bovinas e as peles. Apesar da crise econômica que o país enfrenta, a Itália continua sendo um país interessante como parceiro comercial.

A balança comercial entre os dois países divulgou o aumento da corrente de comércio em 1,26% atingindo US\$ 959,73 milhões. O Brasil apresenta saldo negativo de US\$ 92,47 milhões. Em março, por exemplo, o Brasil importou da Itália US\$ 278,03 milhões a mais do que exportou para o país europeu. Bem que, houve aumento de 1,26% da corrente de comércio entre os dois países, as vendas de produtos importantes da pauta de exportações brasileira para a Itália cresceram

consideravelmente. A exportação de café teve aumento de 60% em abril e 12% em maio. As vendas de carne, por sua vez, cresceram 9% em abril e 56% em maio (MRE, 2014).

Conforme o MRE (2014), nos aspectos políticos, é importante ressaltar também os principais acordos entre Brasil-Itália, como o Acordo de Cooperação Econômica, Industrial e de Desenvolvimento, assinado em fevereiro de 1997; o Acordo Quadro Inter-regional de Cooperação com o Mercosul, assinado em dezembro de 1995 em Madrid; Acordo bilateral com a Comunidade Europeia para favorecer e intensificar as relações comerciais e econômicas e desenvolver a cooperação nos setores da educação, da cultura e da informação e da luta ao tráfico de drogas; Documento de Estratégia Nacional (DSN) 2007-2013 para o Brasil que fornece um quadro estratégico para a cooperação entre a União Europeia e o Brasil para manter o objetivo de melhorar a situação econômica, política e ambiental do país; A *International Coffee Organization* com objetivo de valorizar e promover o desenvolvimento sustentável do setor do café em nível mundial.

Nos últimos anos foram assinados os acordos de Imigração entre a Itália e a República Federativa do Brasil; Acordo com o Instituto da Previdência Social Brasileiro, para conceder os pagamentos das prestações previdenciárias brasileiras nas contas correntes pessoais dos aposentados junto a um instituto bancário italiano por eles indicado sem nenhum custo adicional; Acordo de Parceria Estratégica Itália-Brasil assinado em 12 de abril de 2010 em Washington, envolvendo vários setores como indústria, finanças, turismo, energia, defesa (MRE, 2014).

Sendo assim, o estudo segue com a colocação da situação problema, objetivos, justificativa e inicia-se a construção da fundamentação teórica abordando assuntos relacionados ao tema proposto, em seguida os procedimentos metodológicos e por fim a análise de dados da pesquisa.

## 1.1 SITUAÇÃO PROBLEMA

Analisando os dados dos últimos anos nota-se uma segurança na relação entre os dois países e, principalmente, um crescimento significativo e contínuo das exportações do Brasil para a Itália.

Por mérito da relação entre os dois países, pode-se perceber que o mercado internacional está mais amplo, existindo uma semelhança cultural que

aproxima ambos. Não só os âmbitos políticos e comerciais, mas também o cultural é um ponto forte para a relação pois, cerca de 47 mil brasileiros vivem na Itália (GUANAIS, 2012).

Outro ponto importante são os acordos para a união dos dois países como o Acordo de Imigração entre a Itália e a República Federativa do Brasil assinado em 1960 para conceder os pagamentos das prestações previdenciárias brasileiras nas contas correntes pessoais dos aposentados junto a um instituto bancário italiano por eles indicado sem nenhum custo adicional.

Analisando a semelhança entre os países e considerando o acima exposto, **como se estabelecem as relações comerciais entre Brasil e Itália?**

## 1.2 OBJETIVOS

### 1.2.1 Objetivo Geral

Analisar as bases da relação comercial entre Brasil e Itália.

### 1.2.2 Objetivos Específicos

- a) Identificar os principais fatos históricos que marcaram as relações políticas e culturais entre Brasil e Itália;
- b) Levantar dados da balança comercial no período entre 1999 a 2014;
- c) Identificar os destaques da pauta de importação e exportação;
- d) Analisar os acordos bilaterais;
- e) Verificar evidências da influência dos aspectos culturais, políticos e históricos nas relações entre Brasil e Itália.

## 1.3 JUSTIFICATIVA

Este estudo tem o propósito de analisar as bases da Relação Comercial entre Brasil e Itália, devido a pesquisadora ter morado na Itália, suas origens serem italianas e por ser um tema relevante.

A justificativa tem como objetivo, desenvolver a pesquisa através da sua fundamentação em destaque na questão da Relação Comercial entre Brasil-Itália

planejando por meio deste estudo, apontar informações que admitam mencionar a relação comercial do país, juntamente com a Itália. A razão que certifica a pesquisa é o benefício e interesse de conhecer o relacionamento comercial que o Brasil possui com um dos seus parceiros comerciais. Nas importações italianas do Brasil, em 2012 o produto mais relevante foi o café. Já nas exportações ao Brasil os produtos italianos concentram-se nos setores da mecânica instrumental como acessórios para automóveis e tratores ou as máquinas para a realização de embalagens (MRE, 2014).

A possibilidade da realização deste trabalho é evidenciada uma vez que a pesquisadora possui permissão às informações precisas para a elaboração da pesquisa, com intenção de explorar a relação comercial entre o Brasil e a Itália.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Toda pesquisa deve conter uma fundamentação teórica, pois é de extrema importância, visto que o objetivo é descrever as teorias, para que assim possam ser aplicadas como apoio para interpretar os dados da pesquisa. A teoria tem como propósito desvendar e agregar o conhecimento e entendimento de fatos que não eram populares. Segundo Koche (2001, p. 99), “a teoria, dentro dos objetivos que se propõe, procurará tratar as deficiências das leis, eliminar suas exceções, torná-las mais abrangentes, situando-as em um sistema”.

Este trabalho tem como intuito, analisar as bases da relação comercial entre Brasil e Itália.

Sendo assim, será apresentado neste capítulo as relações internacionais, a geopolítica contemporânea, a relação entre Europa e América Latina, tratados internacionais, do GATT à OMC, cultura dos povos e a influência nas relações internacionais, importação e exportação e uma breve contextualização do comércio internacional.

### 2.1 RELAÇÕES INTERNACIONAIS

As relações internacionais de um país constituem em fonte original de geração de divisas, além da geração de empregos e da incorporação de novas tecnologias. É necessário abranger a dinâmica das relações comerciais, pois as economias firmam restrições à livre circulação de bens e serviços. As políticas comerciais dos mercados envolvidos devem ser analisadas para compreender as finalidades e os resultados das dificuldades ao livre comércio (FREITAS, 2014).

Adam Smith, um economista clássico, resguarda que se todos os países estudassem a prática do livre comércio, os recursos mundiais seriam manuseados com maior competência e aumentaria o bem-estar econômico mundial. Contudo, conforme Silva (2001, p.41), “diversos economistas esperam que [...] o país pode aprimorar o bem-estar de sua população adotando restrições ao livre comércio”. Neste contexto, os mercados aceitam o protecionismo econômico, defendendo e protegendo as indústrias domésticas e o emprego dos trabalhadores, que podem ser afetados pelo excesso de importações (FREITAS, 2014).

Conforme as transações internacionais se expandiram, ficou mais aparente os vínculos entre os países. O comércio internacional expandiu também no aumento da concorrência internacional e na implementação de políticas comerciais dos países, interferindo a relação entre os mesmos. Políticas fiscais expansionistas podem estimular a demanda interna que pode por consequência provocar um aumento nas suas importações de bens e serviços. Um aumento de taxas de juros interna pode induzir capitais de outros países, e assim sendo, aumentar suas taxas de juros também. Alterações cambiais de um país podem também influenciar diretamente as exportações e importações de outro país. Por isso, todo governo deve estar atentado às políticas macroeconômicas dos outros países, parceiros, como também de seus concorrentes comerciais (FREITAS, 2014).

Conforme Maluf (2000, p.18), “os fatos ligados ao comércio exterior tem profundas implicações com as relações internacionais, sejam elas vistas nas suas repercussões internas ou externas”. Deste modo, o comércio exterior pode refletir tanto na ordem interna quanto na ordem externa de um país.

Na ordem interna, o comércio exterior reflete a política de desenvolvimento do país, indicando não só o nível já alcançado nesse processo, como também suas dependências, vulnerabilidades e outras deficiências. Na ordem externa, o comércio internacional é, igualmente, uma variável estratégica. É o principal instrumento com que o mundo capitalista busca implantar a ordem econômica liberal, do ideal de integração e internacionalização da economia mundial (MALUF, 2000, p.18).

Considerando o propósito deste estudo, as relações comerciais internacionais apresentam diversos aspectos que devem ser estudados, a fim de compreender as operações e os intercâmbios, as peculiaridades dos Estados e o posicionamento político estratégico das economias no comércio mundial (FREITAS, 2014).

### **2.1.1 Geopolítica contemporânea**

Ao falar sobre geopolítica, Costa (2008, p. 55), argumenta que “devido à confusão conceitual e terminológica que se estabeleceu em torno da definição de geopolítica”, faz-se necessária dirimir a natureza conceitual da geopolítica.

Para ele,

A geopolítica, como foi exposta pelos principais teóricos, é um subproduto e um reducionismo técnico e pragmático da geografia política, na medida em que se apropria de parte de seus postulados gerais para aplicá-los na análise de situações concretas interessando ao jogo de forças estatais projetados no espaço (COSTA, 2008, p. 55).

Segundo Vesentini (2008), devido algumas mudanças fundamentais no mapa-múndi a palavra geopolítica fez-se moda. É usada em todas as discussões políticas e econômicas internacionais, reuniões da OMC e FMI, encontros relativos ao meio ambiente global, tornando-a carente de algum significado exato.

Para Mattos, (1975, p.3) a palavra geopolítica é bastante polêmica, criada pelo professor sueco Rodolfo Kjéllen, com nova definição para a política e não mais de geografia, para conceituar o que são os Estados.

Existem inúmeras conceituações sobre Geopolítica, uma delas é o conceito do Instituto de Geopolítica de Munique, onde expressa que:

A Geopolítica é a ciência das relações da terra com os processos políticos. Baseia-se nos amplos fundamentos da geografia, especialmente da geografia política, que é a ciência do organismo político no espaço, e ao mesmo tempo, de sua estrutura. Ademais, a Geopolítica proporciona os instrumentos para a ação política e diretrizes para a vida política em conjunto.

Assim, a Geopolítica se converte numa arte, arte de guiar a política prática. A Geopolítica é a consciência geográfica do Estado (MATTOS, 1975, p.4).

Mattos (1975) também cita outro conceito importante que diz, Geopolítica é espaço, é poder.

Um propósito da geopolítica é esclarecer os acontecimentos atuais e do avanço político dos países empregando como principais critérios as informações geográficas. Ela propõe também assimilar e desvendar as revoltas internacionais e as principais questões políticas da atualidade (MATTOS, 1975).

O estudo da geopolítica contemporânea pode ser delimitado como o estudo das ligações entre território e poder na idade contemporânea. A geopolítica na era contemporânea se diferencia essencialmente da geopolítica em outras épocas da história, principalmente pelo aumento da precipitação das mudanças culturais, sociais e econômicas (MATTOS, 1975).

### 2.1.2 Atos internacionais

Segundo a Convenção de Viena do Direito dos Tratados, de 1969, define que tratado internacional é "um acordo internacional concluído por escrito entre Estados e regido pelo Direito Internacional, quer conste de um instrumento único, quer de dois ou mais instrumentos conexos, qualquer que seja sua denominação específica (SCI, 2016).

No Brasil, o ato internacional precisa, para a sua finalização, do apoio dos Poderes Executivo e Legislativo. Segundo a vigente Constituição brasileira, celebrar tratados, convenções e atos internacionais é competência privativa do Presidente da República (art. 84, inciso VIII), embora estejam sujeitos ao referendo do Congresso Nacional, a quem cabe, ademais, resolver definitivamente sobre tratados, acordos e atos internacionais que acarretem encargos ou compromissos gravosos ao patrimônio nacional (art. 49, inciso I). Portanto, mesmo que o Presidente da República seja o titular da dinâmica das relações internacionais, cabendo-lhe decidir tanto sobre a conveniência de iniciar negociações, como a de ratificar o ato internacional já concluído, a interveniência do Poder Legislativo, sob a forma de aprovação congressual, é, via de regra, necessária (SCI, 2016).

Nos últimos anos, houve uma troca do desenvolvimento econômico internacional, gerando uma série de mudanças no cenário do comércio internacional. A expansão do comércio internacional pode ser considerada como uma explosão, pois este fenômeno interessa a vários atores. Uns fornecem dados de base, por meio de suas observações, outros já levando em consideração os dados fornecidos, determina as metas e os objetivos a serem estudados, e ainda outros, concretizam os instrumentos legais que servem de fundamento para as transações internacionais de bens e serviços (STRENGER, 2003). "Os contratos internacionais originam-se de vários fatores que envolvem métodos e sistemas, através da economia, política, comércio exterior, ciências sociais e com bastante uso das relações internacionais" (STRENGER, 2003 p. 43).

Um contrato, sendo um acordo bilateral, produz efeitos na esfera interna ou na internacional. Os elementos que constituem um contrato são: as partes, o objetivo e o lugar da realização do mesmo. Quando se tem todos estes elementos dentro de um parâmetro geográfico-político de um país, trata-se de um contrato de direito interno. Quando as partes têm nacionalidades diferentes, mercadorias ou

serviços ultrapassam fronteiras, ou quando o local da realização do contrato é relacionado a mais de um país, trata-se de um contrato internacional. Conforme Strenger (2003) pode-se concluir que, são contratos internacionais do comércio, todas as manifestações bi ou plurilaterais das partes, gerando relações patrimoniais ou de serviços, cuja os elementos estão vinculados a dois ou mais sistemas jurídicos.

Conquanto, sobre matérias de contratos, vale ressaltar uma distinção entre o momento da aceitação e o momento da celebração do contrato. Uma só oferta válida, não significa que o contrato está aceito. Deve ser comunicado ao ofertante a aceitação, partindo desta aceitação, é fundamental que as partes se encontrem. A partir deste momento é que o contrato está formado (STRENGER, 2003).

As origens dos contratos internacionais devem ser diferentes dos contratos de direito interno, mesmo ambos tenham traços em comum (STRENGER, 2003).

### **2.1.3 Relação entre Europa e América Latina**

A União Europeia (UE) é identificada como o maior mercado consumidor de produtos brasileiros, representando 28,8% do total exportado pelo Brasil em 1998. Em meio aos países membros evidenciam-se a Alemanha, que se envolve com 5,4% das exportações brasileiras para o mundo, os Países Baixos (5,4%), a Bélgica (4,3%), a Itália (3,8%), o Reino Unido (2,6%), a França (2,4%) e a Espanha (2,1%). A União Europeia é um dos principais fornecedores de produtos para o Brasil, participando com 29,2% do valor importado. Os países membros como principais fornecedores do mercado brasileiro são a Alemanha, com 9,1% das importações brasileiras em 1998, a Itália (5,6%), a França (3,5%), o Reino Unido (2,6%), a Espanha (2,1%) e os Países Baixos (1,2%) (MRE, 1999).

A Parceria entre a União Europeia e os países da América Latina foi fundada no Rio de Janeiro em 1999. Nos últimos anos, registrou-se muitas alterações na Europa, na América Latina e a nível mundial, criando novos desafios e novas oportunidades. Faz-se um balanço da Parceria Estratégica no que diz respeito à América Latina e classifica os resultados da estratégia da Comissão para a

América Latina. Nos últimos dez anos, as duas regiões têm contribuído no contexto de uma agenda conjunta numa série de fóruns bi regionais, bilaterais, multilaterais e setoriais referentes a uma grande variedade de temas. Atualmente, a UE é o segundo maior parceiro comercial da América Latina e o maior investidor na região. Na última década, a Comissão Europeia financiou mais de 450 projetos e programas superando um montante de 3 mil milhões de euros. Com base na experiência adquirida, foram definidos os objetivos que devem orientar a estratégia da Comissão das Comunidades Europeias para a região nos próximos anos (COM, 2009).

A Comunicação ressalta os desafios colocados às duas regiões pela crise econômica e financeira mundial, as alterações climáticas e outras questões que vieram preencher a agenda política das relações bi regionais, entre os quais, no que diz respeito à América Latina, figura a migração (COM, 2009).

Esta Comunicação condiz com a revisão intercalar dos documentos de estratégia regionais por país da Comunidade Europeia para o período 2007-2013, e constituindo assim uma oportunidade de adaptar os atuais instrumentos de cooperação às novas necessidades e circunstâncias (COM, 2009).

O conceito de América do Sul, como conceito geopolítico, com seus reais interesses econômicos, políticos e geopolíticos, traçou, objetivamente, a política exterior do Brasil, e até a metade do século XX suas atenções concentraram-se, sobretudo, na região do Rio da Prata, ou seja, Argentina, Uruguai, Paraguai e Bolívia, que conformavam sua vizinhança e com os quais havia fronteiras vivas comuns, e, fronteiras habitadas. A percepção do Brasil era de que havia duas Américas, diferentes não tanto por suas origens étnicas ou mesmo diferença de idiomas, mas, particularmente, pela geografia, com as implicações geopolíticas, e esse foi o parâmetro pelo qual se orientou a política exterior do Brasil, que no curso do século XIX se privou de qualquer envolvimento na América do Norte, Central e Caribe, enquanto resguardava a América do Sul como sua esfera de influência (BANDEIRA, 2008).

A Europa tem agregado vasta diversidade cultural, basta observar as grandes civilizações que a sua volta se desenvolveram. Assim, partindo da constatação desta diversidade, fala-se, com objetivo de analisar como se dá a integração cultural entre os Estados e Membros da União Europeia (ALMEIDA, 2015).

Assim entende-se como as políticas culturais desenvolvidas pelo bloco atuam de forma prática na integração comunitária e na promoção do multiculturalismo. Os dois objetivos assimilam a tentativa de provar a veracidade que a cultura é um forte fator de integração comunitária e promoção do multiculturalismo, quando são observadas as políticas culturais desenvolvidas pela UE. Amplifica-se, com isso, a noção de União Europeia para além dos motivos econômicos (ALMEIDA, 2015).

## 2.2 DO GATT A OMC

Um dos membros fundadores da OMC é o Brasil, pela base jurídica e institucional do sistema multilateral de comércio desde janeiro de 1995, criada ao fim da Rodada Uruguai do Gatt, a mais significativa das rodadas de contratos comerciais que já aconteceu. Juntamente com a OMC, o comércio internacional entrou em um novo período, com direitos e deveres superiores para quase todos os países (RÊGO, 1996).

Foi acordado, ao decorrer da Rodada Uruguai, um código de conduta onde os variados países também mudaram atribuições em termos de acesso a mercados, pela diminuição de tarifas alfandegárias e/ou da retirada de barreiras não tarifárias. É considerável ressaltar que as regras que devem ser estudadas no jogo do comércio internacional foram esclarecidas após extensas e cansativas negociações no âmbito da Rodada Uruguai (1986/93). Os países em evolução, especialmente o Brasil, e cada um que, ainda em transformação tiveram uma cooperação mais dinâmica nessas negociações acima de, seja qual for uma das outras efetuadas sob os pressentimentos do Gatt, o que os torna mais empenhados com os resultados conquistados (RÊGO, 1996).

Os embates negativos em termos de diminuição do bem-estar provocados por políticas protecionistas estiveram bastante perceptíveis no período entre as duas grandes guerras mundiais. Os anos 30 foram notados pela insuficiência da cooperação entre as nações, principalmente no que se refere às trocas comerciais. Prevaleceram as guerras comerciais, baseadas em desvalorizações cambiais competitivas e na imposição de barreiras às importações (RÊGO, 1996).

O objetivo principal do Gatt era a redução das barreiras comerciais e a garantia de acesso mais justo aos mercados por parte de seus signatários e não a

promoção do livre comércio. Seus inventores esperavam que a cooperação comercial aumentaria a interdependência entre os países e ajudaria a conter os riscos de uma nova guerra mundial (RÊGO, 1996).

Este Acordo deveria ter um caráter provisório e a partir daí estar em vigor apenas até a criação da Organização Internacional de Comércio (OIT). As negociações aconteceram na Conferência de Havana em 1948, havendo uma recusa do Congresso norte-americano que retificou o Acordo e a OIT terminou não sendo criada. Desta forma, o sistema idealizado ficou apenas com dois pilares, o Fundo Monetário Internacional (FMI) e o Banco Mundial (RÊGO, 1996).

O Gatt absorveu muitas das provisões da OIT, que estavam na Carta de Havana (subscrita por 53 países, inclusive o Brasil), e foi obtendo gradativamente concessões de uma organização internacional. Entretanto, não perdeu o seu caráter de acordo provisório nem obteve um caráter jurídico próprio, como o FMI e o Banco Mundial (RÊGO, 1996).

Posterior a Rodada Genebra de negociações multilaterais em 1947, realizou-se mais sete sob a coordenação do Gatt: Rodada Ancey, Rodada Torquay, segunda Rodada Genebra, Rodada Dillon,<sup>3</sup> Rodada Kennedy, Rodada Tóquio e Rodada Uruguai. Estas, primeiras, se referem na promoção de reduções tarifárias. Apenas a partir da Rodada Kennedy foi que deu início a ser estudadas as barreiras comerciais não-tarifárias (NTBs) e as dificuldades relacionadas com o comércio de produtos agrícolas, que, desde a entrada em vigor da Política Agrícola Comum da Comunidade Europeia, estava sujeito a inúmeras particularidades. Desta forma foram acordados, além de um acordo antidumping, várias disposições em favor dos países em desenvolvimento, com a criação da chamada parte IV do Acordo Geral (RÊGO, 1996).

Na seguinte rodada (Tóquio), cerca de cem países acordaram reduções tarifárias e outros acordos inerentes sobre medidas não-tarifárias. A rodada não foi bem sucedida, no entanto, em seu propósito de normatizar o comércio de produtos agrícolas e de criar um acordo de salvaguardas. Além disso, vários dos novos acordos negociados acabaram sendo firmados por um número pequeno de países, em sua maior parte desenvolvidos, perdendo o caráter multilateral. Em decorrência, esses acordos passaram a ser divulgados como códigos (RÊGO, 1996).

O resultado das negociações quanto à redução das tarifas para níveis baixos e as crises econômicas dos anos 70 e início dos anos 80 foram dois fatores

originários referente ao fracasso da Rodada Tóquio em relação às questões não-tarifárias. O entendimento desses dois eventos conduziu os governos dos países desenvolvidos a criar novas formas de defesa para os setores sujeitos a uma concorrência externa maior (OMC, 1995). Com o aumento do desemprego e o fechamento de muitas fábricas, os governos dos países europeus e dos Estados Unidos estudaram com outros países, acordos de restrição voluntária de suas exportações e aumento de subsídios aos produtos agropecuários, obrigando a credibilidade e a efetividade do Gatt (RÊGO, 1996).

Isso, seguido ao temor de que acontecessem novamente as guerras comerciais dos anos 30, levou à realização da mais ampla e gananciosa rodada de negociações de todo o pós-guerra, a Rodada Uruguai. As negociações da Rodada Uruguai geraram quatro anos de preparo e mais de sete para ser concluídas, após inúmeras ameaças de fracasso. Algumas negociações talvez possam ser colocadas mais amplas sobre questões econômicas já realizadas até hoje, cobrindo uma extensa escala de assuntos, alguns deles extremamente sensíveis. Dela estiveram presentes países de diversos tamanhos, estágios de desenvolvimento e estruturas econômicas (RÊGO, 1996).

Os resultados da Rodada Uruguai foram demarcados em duas partes: o código de conduta, e as autorizações em termos de permissão a mercados nas listas nacionais, na qual estão consolidados os graus tarifários máximos de cada país. Uma vez registrada multilateralmente, uma tarifa pode recusar ser aumentada por outras proporções não-tarifárias sem um acordo de equilíbrio com os principais exportadores do produto. Isto quer dizer que um país não pode sobrepor níveis tarifários excedentes àqueles que consolidou ou adotar medidas que apresentem um resultado uniforme a um aumento de tarifa sem propor uma compensação aos seus parceiros comerciais prejudicados (RÊGO, 1996).

A OMC, está em funcionamento do dia 1º de janeiro de 1995, substituindo o Gatt e foi uma contestação, desta forma como a Rodada Uruguai, que evidenciou os anos 70 e 80. Por fim de abril de 1996, a OMC possuía 120 membros, enquanto outros 29 países já estavam em procedimento de negociação de adesão. Suas principais atividades são, administrar os acordos multilaterais e plurilaterais de comércio acordados por seus membros, serviços e direitos de primazia intelectual relacionados com o comércio; solucionar diferenças comerciais, ajudar negociações sobre temas já cobertos pelas regras multilaterais de comércio e sobre novas

questões, controlar as políticas comerciais nacionais e apoiar com o Banco Mundial e o FMI na adoção de políticas econômicas em nível mundial (RÊGO, 1996).

### 2.3 COMERCIO INTERNACIONAL

Vemos que, cada país tem as suas características físicas, econômicas e tecnológicas, especializadas em especificados tipos de produtos, bens e serviços. Cada produção é diferente em cada Estado e desta forma estabelecem intercâmbios onde uns oferecem produtos a outros que deles necessitem (ZAMITH, 2014).

As trocas de bens e serviços executam a crescente interação e complementaridade dos diferentes fatores que regulam esta atividade. O mercado possibilita o intercâmbio comercial entre consumidores e produtores, a procura, decisão de adquirir uma determinada quantidade de um bem ou serviço, por parte dos consumidores, a oferta, que consiste na quantidade de bens que os produtores disponibilizam ao mercado (ZAMITH, 2014).

As transações comerciais efetuadas dentro das fronteiras de um Estado são chamadas de comércio interno. Chama-se de comércio externo, quando estas são determinadas de um país para outro. As relações de intercâmbio comercial, a altura de internacional, são desenvolvidas por meio de Importações e Exportações (ZAMITH, 2014).

A Balança Comercial é a ligação que existe entre o que se compra no exterior e o que se vende. Quando o valor das compras ao exterior é menor ao valor das vendas no exterior, significa que a balança comercial do país é favorável, positiva ou existe um superávit comercial. Quando o valor das compras realizadas ao exterior é maior ao valor das vendas realizadas ao estrangeiro a balança comercial é desfavorável, negativa ou deficitária (ZAMITH, 2014).

Através do comércio pode-se realizar as trocas de bens entre pessoas, regiões e países. O comércio é uma atividade econômica que, nos últimos anos, passou por uma profunda transformação. Ao longo da história do ser humano, a atividade comercial tem conquistado uma importância econômica crescente, porém, a partir da segunda metade do século XX foi que se registrou uma grande expansão do comércio internacional de mercadorias (ZAMITH, 2014).

O desenvolvimento do mundo empresarial, a um maior número de empresas corresponde um aumento dos negócios estabelecidos e das trocas

comerciais efetuadas; a globalização da economia, que faz com que certas marcas e certos produtos assumam uma dimensão mundial, no que diz à sua produção e ao seu consumo.

As exportações de mercadorias, entre 2000 e 2005 obtiveram um crescimento mais acentuado na América Latina, seguindo-se da Ásia. O último processo de industrialização nestas áreas do mundo, ou seja, o surgimento de novos produtos explicam a limitação das trocas comerciais nestas regiões. Por isso, a maioria das trocas comerciais efetuadas no mundo inteiro são de produtos industriais. Desta forma, foram estes tipos de produtos onde se registrou um maior crescimento do comércio internacional por grupo de mercadorias (ZAMITH, 2014).

Não são todos os países que auxiliam de igual modo para o comércio internacional. Ao explorar o comércio a nível mundial, percebe-se a escassa participação de grande parte da África e da América Latina. Por outro lado, a Europa Ocidental, o Japão e os E.U.A qualificam-se por uma intensa atividade comercial. Os intercâmbios comerciais são concedidos pela existência de organizações que adaptam o alargamento dos mercados e facilitam o escoamento dos produtos (ZAMITH, 2014).

O amplo aumento do comércio mundial tem como objetivos o crescimento da população mundial, que fez expandir o consumo de bens e serviços, o fortalecimento da produção industrial, que fez fortalecer muito a oferta, a atualização dos transportes, que aumentou o volume do tráfego de mercadorias, a evolução das telecomunicações, que aumentou a publicidade e possibilitou a realização de negócios a longas distâncias (ZAMITH, 2014).

Os blocos econômicos regionais foram formados em meio ao século XX com o intuito de instigar a direção econômica. A sua formação gerou o aparecimento de associações regionais, que procuram alimentar os mercados através de negociações comerciais preferenciais. Em contrapartida, abrem as fronteiras aos produtos dos países do respectivo bloco e, também protegem os países da concorrência provenientes dos outros blocos comerciais, protecionismo comercial. Desta forma, os países mais desenvolvidos controlam a quase totalidade do comércio mundial. A União Europeia representa uma parte muito importante do comércio mundial e apresenta-se, no seu conjunto, como a primeira potência comercial do mundo (ZAMITH, 2014).

As exportações dos países em avanço consistem, principalmente, em produtos alimentares, recursos energéticos e matérias-primas, estes são produtos e bens de baixo valor comercial. A transformação desses produtos necessita de recursos tecnológicos e de capital que os países em desenvolvimento não possuem. São os países desenvolvidos que possuem tais recursos. Os países desenvolvidos transformam matérias-primas que vendem a elevado preço, gerando vantagem econômica para a sua balança comercial. Os produtos industriais de alto valor comercial, produzidos nos países desenvolvidos, são trocados pelos produtos agrícolas ou matérias-primas de baixo preço no comércio internacional, obtidos nos países em desenvolvimento. Nesta relação desigual, muitas vezes são os países desenvolvidos que estabelecem os preços dos produtos que compram e o preço dos produtos que vendem (ZAMITH, 2014).

O comércio exterior tem uma importância gradativamente forte na atualidade, movido por relacionamentos entre os países que precisam trocar mercadorias e essas podem não estar relacionadas à abundância ou à falta de recursos, clima, capital, trabalho, etc. (KEEDI, 2004).

A importância dos relacionamentos supera os motivos materiais, que pode estar relacionada a motivos comerciais em que a compra e a venda de mercadorias podem fazer parte de um conjunto de informações entre os países (KEEDI, 2004).

### **2.3.1 Exportação**

Exportar é também uma atividade educativa, pois permite conhecer o mundo, viajar para outras culturas e ajuda a entender pessoas de costumes diferentes dos nossos. Exportando nos permite conhecer as características sociais e culturais dos habitantes de um país (LUDOVICO, 2008).

A exportação pode ser realizada através de bens e serviços, sendo estes bens, transferência de mercadorias entre países e os serviços como venda de assessoria, conhecimentos, transportes, turismo, consultoria (KEEDI, 2007).

Existem várias razões que levam uma empresa a exportar seus produtos, como por exemplo, melhorias financeiras, marketing e status, qualidade e operacionalidade, entre outros (CASTRO, 2001).

Conforme Faro e Faro (2012) os procedimentos administrativos e operacionais que abrangem a sistemática das exportações são representados da seguinte forma:

- I. O cadastramento ao Registro de Exportadores e Importadores (REI) e ao Registro e Rastreamento da Atuação dos Intervenientes Aduaneiros (RADAR);
- II. Análise e avaliação do potencial do mercado consumidor;
- III. Seleção do canal de venda, opção pela venda direta ou indireta;
- IV. Negociação, contato com o importador, buscando identificar as suas necessidades;
- V. Fechamento de negócio, a concretização de um contrato comercial como produção da mercadoria, embalagem, rotulagem e marcação dos volumes a serem exportados;
- VI. SISCOMEX e documentos de exportação;
- VII. Despacho aduaneiro de exportação e embarque;
- VIII. Acompanhamento pós-venda;
- IX. Controle documental.

As exportações de bens podem ser diretas ou indiretas, isso depende da conveniência, possibilidade, capacidade de produção e outros fatores. A forma direta pode implicar na exportação pelo próprio fabricante do produto, isso significa que ele não utiliza qualquer intermediário na operação, sendo que esta sai com seu nome e toda documentação de comércio exterior em que aparece como exportador. A forma indireta diz que o exportador é outro que não o produtor da mercadoria vendida, sendo este oculto, pois toda a operação de exportação como, embarque, emissão de documentos e outros, fica por conta do vendedor, aparecendo o produtor apenas nas embalagens, ou em documentos se necessário ou solicitado. As operações legais, inclusive a contratação de câmbio da moeda estrangeira para o recebimento, é de responsabilidade do vendedor (MRE, 2004).

A exportação também pode ser realizada de forma definitiva como temporária. Na forma definitiva, a mercadoria é integrada ao país importador, passando ser uma mercadoria nacional para todos os efeitos legais, deixando de pertencer ao país do exportador. Saindo do país deve sofrer uma operação de exportação como qualquer outra mercadoria produzida neste país (KEEDI, 2007).

Na forma temporária, a mercadoria sai do país por tempo determinado, para participações em feiras, exposições, demonstrações ou competições e outros eventos, desta forma sendo justificado o motivo do seu retorno (KEEDI, 2004).

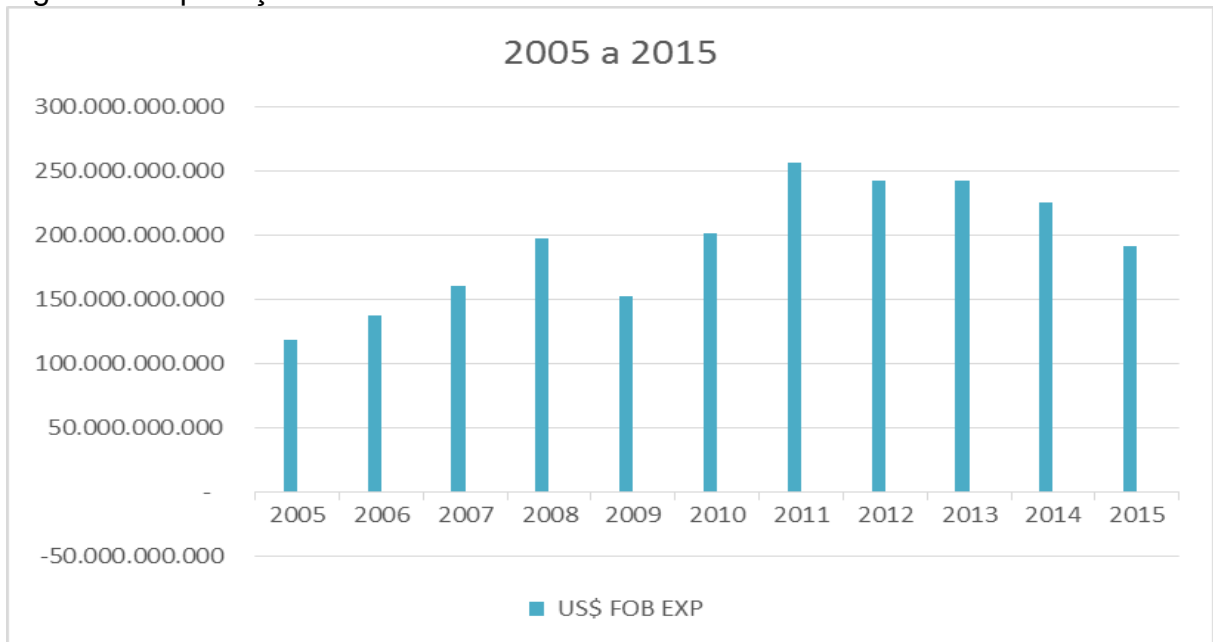
Referente ao pagamento, as mercadorias podem ser exportadas com ou sem pagamentos, isso quer dizer que, sem ou com cobertura cambial. Com cobertura cambial, entende-se que a exportação será paga pelo importador ao exportador, representando a saída e a entrada nos dois países. Essas divisas são as reservas em moedas estrangeiras, como dólar ou euro, que são aceitas para pagamento ou recebimento, conversíveis internacionalmente. Para esta forma de cobertura, haverá um contrato de câmbio, isto é, autorizando o banco a operar em câmbio, pois em nosso país não é permitido a manutenção da moeda estrangeira (MRE, 2004). A exportação sem cobertura cambial, nada mais é do que, a ausência de pagamento. O importador não realiza qualquer pagamento ao exportador.

A importância da exportação está na diversidade de mercados, deixando de estar apenas no mercado interno e passando a atuar no mercado externo, aumentando a sua relação de compradores, assim reduzindo seus riscos de crise de mercado, como redução de preços, mudanças de hábitos, redução do consumo e política governamental (KEEDI, 2004).

A diversificação de mercados não significa apenas diminuir os riscos e ter mais compradores, mas um aumento de compradores e conseqüentemente um aumento na produção, gerando mais empregos (KEEDI, 2004).

Um efeito muito importante da exportação é o aprimoramento dos produtos, pois a exportação exige produtos melhor elaborados para atendimento aos mercados mais exigentes (MRE, 2004).

Figura 1- Exportação brasileira.



Fonte: MDIC 2016.

A figura acima apresenta as exportações brasileiras entre 2005 e 2015. Pode-se observar que, de 2005 a 2008 obteve-se um aumento consecutivo, registrando uma queda em 2009, melhorando a partir de 2010 e em 2013 tem-se um declínio.

### 2.3.2. Importação

A importação também pode ser de bens e serviços, referindo-se a bens, como transferências de mercadorias entre os países e os serviços como compra de assessoria, consultoria, conhecimentos, transportes (KEEDI, 2007).

Os procedimentos administrativos e operacionais que envolvem a sistemática das importações segundo Faro e Faro (2012) são os seguintes:

- I. O cadastramento ao Registro de Exportadores e Importadores (REI) e ao Registro e Rastreamento da Atuação dos Interveniente Aduaneiros (RADAR);
- II. Negociação preliminar, primeiro contato com o vendedor, definição do produto, demais condições de comércio;
- III. Avaliação mercadológica, conferência acerca do correto enquadramento da mercadoria na TEC;

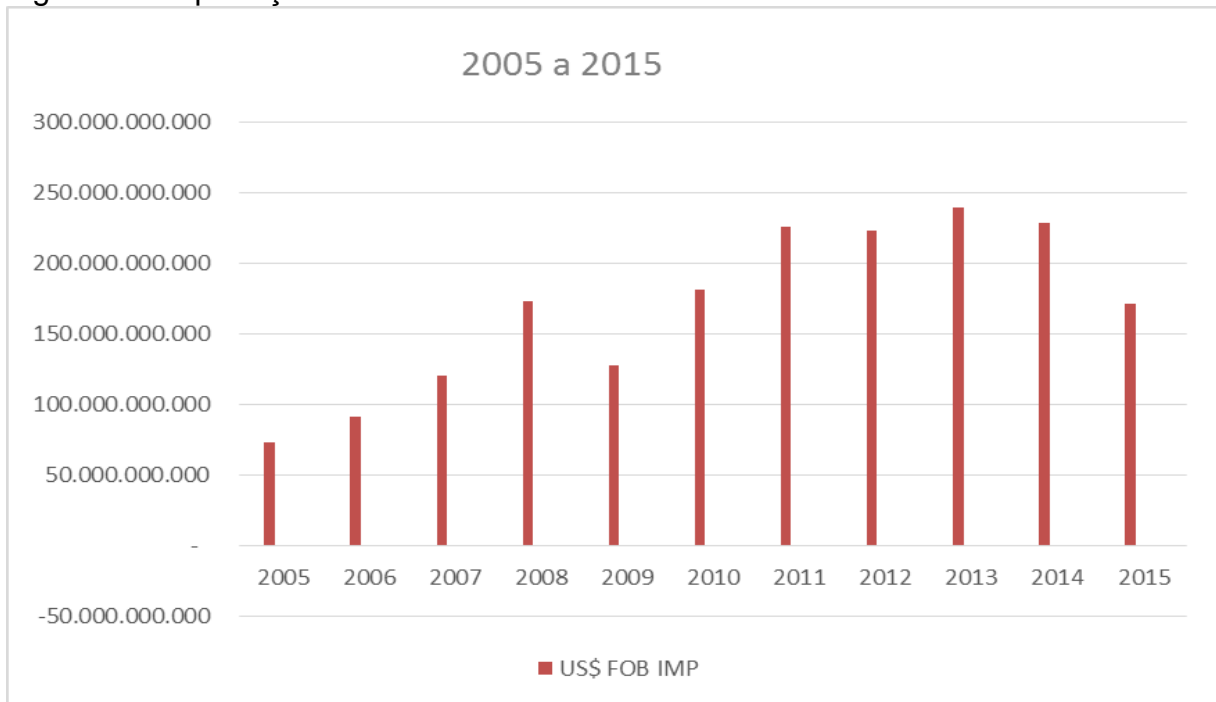
- IV. Concretização das negociações, formalização da compra, emissão de uma fatura comercial;
- V. Pagamento da importação, procedimentos relativos ao pagamento;
- VI. Licenciamento, obtenção da LI;
- VII. Embarque, autorização para o exportador proceder ao embarque das mercadorias;
- VIII. Despacho aduaneiro de importação, formulação da DI;
- IX. Controle documental.

Da mesma maneira que a exportação, a importação de bens também pode ser feita de maneira direta ou indireta, dependendo da possibilidade e outros fatores que envolvem este processo. A maneira direta é a compra pelo importador diretamente do fabricante do produto, neste caso também é o exportador, sendo que ele não faz uso de qualquer intermediário na operação. Esta operação pode ser realizada através de pessoas ou empresas que atuam como agentes ou representantes do exportador, servindo como vendedor da mercadoria. Na maneira indireta, o importador compra a mercadoria de outro, não sendo o produtor da mercadoria vendida, ficando este oculto, já que toda operação de exportação fica sob responsabilidade do vendedor (KEEDI, 2007).

A importação pode ser realizada tanto de maneira definitiva quanto temporária. Na maneira definitiva, a mercadoria é introduzida ao país importador e passa a ser uma mercadoria nacional para todos os efeitos legais, deixando de pertencer ao país exportador. Caso aconteça de sair do país, deve sofrer uma operação de exportação como qualquer mercadoria produzida no país. Na maneira temporária, a mercadoria tem um tempo determinado a partir do momento em que entra em um país, suficiente para realização da operação a qual foi enviada, como participação em feiras, exposições, demonstrações e outros eventos a fim de que justifique a sua saída, sendo retornada posteriormente (KEEDI, 2007).

Ao falarmos de importação também devemos apresentar as formas de pagamentos, sendo eles, com cobertura cambial ou sem cobertura cambial, sendo que, com cobertura cambial, a importação será paga ao exportador e há uma contratação de câmbio, ou seja, a compra pelo importador com moeda estrangeira contra a entrega da contrapartida em moeda nacional realizado através de um banco autorizado a operar e câmbio, e a sem cobertura cambial não há algum tipo de pagamento (KEEDI, 2007).

Figura 2 – Importações brasileiras.



Fonte: MDIC 2016.

A figura acima mostra as importações brasileiras, em milhões de dólares. De 2005 a 2008 considera-se uma evolução importante para o país. Já em 2009 registrou-se uma queda, aumentando aos poucos em 2010, que se equilibrou até 2014, diminuindo em 2015.

Para uma importação é preciso oferecer uma maior quantidade de produtos, com maior variedade. O preço é uma questão bastante importante pois com concorrência é menor o risco de altos preços, sobretudo em um mundo visivelmente globalizado. Importar também abre campo para a exportação (KEEDI, 2007).

Tabela 1 - Principais importadores do mundo.

PAÍS	VALOR	PARTICIPAÇÃO
Estados Unidos	US\$ 454,5 bi	9,6%
China	US\$ 382,1bi	8,1%
Alemanha	US\$ 326,8 bi	6,9%

(continua)

Tabela 1 - Principais importadores do mundo

(conclusão)

PAÍS	VALOR	PARTICIPAÇÃO
França	US\$ 243,8 bi	5,1%
Japão	US\$ 189,9 bi	4,0%
Reino Unido	US\$ 188,8 bi	4,0%
Países Baixos	US\$ 165,3 bi	3,5%
Irlanda	US\$ 141,8 bi	3,0%
Cingapura	US\$ 129,6 bi	2,7%
Índia	US\$ 124,1 bi	2,6%
Rússia	US\$ 118,9 bi	2,5%
Coreia do Sul	US\$ 114,0 bi	2,4%
Itália	US\$ 111,7 bi	2,4%
Bélgica	US\$ 108,3 bi	2,3%
Canadá	US\$ 105,6 bi	2,2%
Suíça	US\$ 93,0 bi	2,0%
Brasil	US\$ 87,0 bi	1,8%
Hong Kong	US\$ 78,1 bi	1,6%
Espanha	US\$ 71,9 bi	1,5%
Luxemburgo	US\$ 66,7 bi	1,4%
Suécia	US\$ 65,0 bi	1,4%
Dinamarca	US\$ 63,7 bi	1,3%
Austrália	US\$ 61,9 bi	1,3%
Arábia Saudita	US\$ 60,4 bi	1,3%
Tailândia	US\$ 53,0 bi	1,1%
Noruega	US\$ 52,7 bi	1,1%
Áustria	US\$ 51,2 bi	1,1%
Taiwan	US\$ 45,5 bi	1,0%
Malásia	US\$ 43,7 bi	0,9%
Pôlonia	US\$ 36,0 bi	0,8%

Fonte: MDIC 2014.

## 2.4 CULTURA DOS POVOS E A INFLUÊNCIA NAS RELAÇÕES INTERNACIONAIS

Ao passar dos anos, as sociedades perceberam um crescente desenvolvimento entre as culturas, que modificaram tanto a vida social das pessoas, quanto, após a 2ª Guerra Mundial, as relações internacionais entre os países. A partir deste momento, com o forte aumento da troca de informações entre as nações, o item cultural passa, cada vez mais, a se fazer presente nas relações de mundo, como citado por Delgado,

(...) junto ao peso tradicional da política e da economia como agentes determinantes das relações internacionais, a cultura tem se mostrado como

um componente essencial da relação entre os Estados, dos povos e do resto dos atores que com maior ou menor autonomia exercem sua influência pelas fronteiras nacionais (DELGADO, 1994, p. 261).

Pode-se definir a cultura como aquilo que caracteriza o humano (GOMES, 2007), produção de artefatos, os diferentes idiomas, costumes, religiões, ideologias, relações sociais. Todos os seres humanos possuem uma cultura, que interfere nas relações de um país com o restante do mundo. Política, resolução de conflitos, estratégias de guerra e sistemas de troca possuem um questionamento diferente em cada sociedade, tornando cada vez mais incompreensível as relações internacionais. Pode haver o risco de interpretações culturais confusas, que geram com constância choques culturais, e interpretações de valores que garantem o sucesso ou fracasso dessas relações de esfera mundial.

A cultura tornou-se um enigma no quadro mundial contemporâneo. Os antropólogos sempre interpretaram a cultura como o modo de vida de um povo. Em um mundo de constante transformação e caracterizado por um sem número de interseções e interações, parecem trazer mais problemas do que soluções. Autores consideram necessário adequar com uma visão contemporânea a classificação tradicional de corte antropológico, descritiva e exógena, do modo de vida cujo os elementos distintivos, aliás, são tanto ou mais problemáticos, se, se tornar, por exemplo, os hábitos de vestimentas ou as dietas alimentares (MARTINS, 1995).

Essa visão indica que há na sociedade moderna da informação, uma espécie de hipermercado global da cultura, em cujo âmbito identidades e distinções se conformam e, eventualmente se opõem (MARTINS, 1995).

Cultura segue três vertentes: a individual, a coletiva e a pública ou estatal. As três vertentes estão mergulhadas em um sistema de circulação de ideias e de produtos, chamado mercado. Através da informatização da sociedade, os meios que incluem a comunicação social, como a imprensa, o rádio, a televisão e o cinema pode-se constatar que concorrem com os elementos particulares da autoafirmação os elementos globais que circulam a bordo desses meios e que inspiram adesões ou rejeições. A cultura abrange os elementos distintivos pelos quais cada indivíduo refere sua identidade pessoal (MARTINS, 1995).

### 3 PROCEDIMENTOS METODOLOGICOS

A pesquisa científica proporciona encontrar novas informações através de um processo sistemático de investigação científica, coleta de dados e análises. De acordo com Barros e Lehfeld, “a pesquisa se constitui num ato dinâmico de questionamento, indagação e aprofundamento consciente na tentativa de desvelamento de determinados objetos”. Em suma, “é a busca de uma resposta significativa a uma dúvida ou problema” (BARROS; LEHFELD, 1986, p. 87).

Primeiramente, no pensamento de Gil (2002, p. 17), é importante planejar a pesquisa: “a primeira fase da pesquisa, que envolve a formulação do problema, a especificação de seus objetivos, a construção de hipóteses, a operacionalização dos conceitos, etc.”. Com isso, é importante que “o projeto esclareça como se processará a pesquisa, quais as etapas que serão desenvolvidas e quais os recursos que devem ser alocados para atingir seus objetivos” (GIL, 2002, p. 20).

O método científico é a metodologia usada para a pesquisa, que procura responder quando, onde, de que maneira e com que será realizada a pesquisa (LAKATOS; MARCONI, 1995). Neste caso, a metodologia utilizada para a elaboração do presente trabalho, é o procedimento aplicado para a coleta dos dados, mensuração e análise de dados, de acordo com o método científico.

Desta forma, o presente capítulo apresenta o delineamento da pesquisa, definição da área ou população-alvo, plano de coleta de dados, o plano de análise de dados e a síntese dos procedimentos metodológicos.

#### 3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA

Para Gil (2002, p. 43), “o delineamento refere-se ao planejamento da pesquisa em sua dimensão mais ampla, que envolve tanto a diagramação quanto a previsão de análise e interpretação de coleta de dados”. Gil (2002, p. 43) afirma que o delineamento permite apresentar a finalidade da pesquisa e como “analisar os fatos do ponto de vista empírico, para confrontar a visão teórica com os dados da realidade”. O presente trabalho é classificado de natureza descritiva e explicativa.

- a) **Pesquisa Descritiva:** Segundo Barros e Lehfeld (1986, p. 91), este tipo de pesquisa “procura descobrir a frequência com que um fenômeno ocorre, sua natureza, características, causas, relações e

conexões com outros fenômenos”. Para Gil (2002, p. 42), “também são pesquisas descritivas aquelas que visam descobrir a existência de associação entre variáveis [...]”, em outras palavras, a existência de relações entre os objetos em pesquisa. A escolha desse tipo é pelo fato de levantar dados, identifica-los e descreve-los.

- b) **Pesquisa Explicativa:** a pesquisa explicativa tem como objetivo identificar o que determina o acontecimento dos fenômenos. Segundo Gil (2002, p. 42), “pesquisa explicativa poder ser a continuação de outra descritiva, posto que a identificação dos fatores que determinam um fenômeno exige que este esteja suficientemente descrito e detalhado”. Neste caso, (GIL, 2002, p. 43) o que justifica a escolha deste tipo de pesquisa é o fato de que a pesquisa explicativa busca utilizar os dados coletados para explicar e responder ao problema apresentado. Importante identificar canais de investigação, usando a bibliográfica e documental.
- a) **Pesquisa Bibliográfica:** Conforme Gil (2002, p. 44), “a pesquisa bibliográfica é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos”.
- b) **Pesquisa Documental:** A pesquisa documental é semelhante à pesquisa bibliográfica, pois também advém de informações já publicadas. Para Barros e Lehfeld (1986, p. 91), a pesquisa documental “é a que se efetua tentando resolver um problema ou adquirir conhecimentos a partir do emprego predominante de informações advindas de material gráfico e sonoro”. Gil (2002) explica que a diferença das duas é a natureza das fontes, tem como base diversos autores, já a pesquisa documental não possuem um tratamento analítico, utilizados com a necessidade da pesquisa.

Com a finalidade de analisar a relação comercial entre Brasil e Itália, detectou-se a necessidade de utilizar os meios de investigação bibliográfica e documental. A acadêmica pesquisadora elaborou um levantamento bibliográfico e documental, e com isso o presente trabalho foi produzido a partir da coleta e análise de dados e informações secundárias, que permitiu a interpretação de forma mais ampla os dados coletados.

Segundo Barros e Lehfeld (1986, p. 91), “a pesquisa se constitui num ato dinâmico de questionamento, indagação e aprofundamento consciente na tentativa de desvelamento de determinados objetos”.

Este estudo busca analisar o conhecimento científico sobre o tema em escolha, sendo assim é necessário definir a metodologia do estudo, procedimentos para abordagem do assunto.

Com os métodos escolhidos, pretende-se atingir objetivos desta pesquisa, fazendo uma ligação dos dados e a visualização dos resultados encontrados na conclusão deste trabalho, conforme já definidos os procedimentos metodológicos.

### 3.2 DEFINIÇÃO DA ÁREA OU POPULAÇÃO-ALVO

Para a produção da pesquisa de caráter bibliográfico e documental, a área abordada foi pesquisada através de uma coleta de dados. Segundo Gil (2002, p. 61), “o levantamento bibliográfico preliminar depende de muitos fatores, tais como a complexidade do assunto e do nível de conhecimento que o estudante já dispõem a respeito”.

Em relação a tal aspecto, para o levantamento de dados da relação comercial entre Brasil e Itália, é importante destacar as fontes bibliográficas e documentais que foram mencionadas no decorrer da pesquisa.

A área alvo deste estudo são todas as fontes bibliográficas e documentais que abordam o universo desta pesquisa, livros de autores conceituados e pesquisas online em websites governamentais e não governamentais. O Quadro 1 apresenta as fontes de publicação dos assuntos pesquisados.

Quadro 1 - Fontes de títulos da pesquisa bibliográfica e documental.

Assunto	Tópicos abordados	Autores
Relações Internacionais	Geopolítica contemporânea	Costa (2008) Mattos (1975) Ratzel (1975) Vesentini (2008)
	Tratados internacionais	Strenger (2003)
	Relação entre Europa e América Latina	Bandeira (2008) COM (2009) FGV (2015) MRE (1999)
Do GATT a OMC		Croome (1995) Hoekmam; Kostecki (1995) Rêgo (1996) OMC (1995)
Comercio Internacional	Exportação	Castro (2001) Keedi (2004) Keedi (2007) Ludovico (2008) MRE (2004)
	Importação	Keedi (2007)
Cultura dos povos e a influência nas relações internacionais		Delgado (1994) Gomes (2007) Martins (1995) Riesenberguer (2010)

Fonte: Elaborado pela pesquisadora (2015).

### 3.3 PLANO DE COLETA DE DADOS

Após demarcado a técnica da pesquisa em concordância com o seu objetivo e o problema da pesquisa, é importante a elaboração de um plano de coleta de dados. Este consente estabelecer os meios e as fontes nas quais serão pesquisadas a fim de atingir os objetivos específicos da pesquisa. O plano de coleta de dados “consiste na organização sistemática das diversas partes que compõem o objeto de estudo” (GIL, 2002, p. 63).

Para a elaboração destes dados o presente trabalho aborda informações que são oriundas de dados secundários, sendo dados de fontes documental e bibliográfica, ou seja, documentos e dados já elaborados. Segundo Roesch (2005), dados secundários são aqueles coletados a partir de fontes bibliográficas ou documentos já existentes e elaborados, ao contrário do primário que são aqueles dados que o próprio pesquisados colhe e elabora.

De acordo com Gil (2002), a pesquisa com dados documentais e bibliográficos é desenvolvida com base em material já elaborado, por livros, artigos científicos, e documentos que permitem a realização da pesquisa. O que justifica a

escolha desse procedimento é o fato de a pesquisa requer dados oficiais e documentos que apresentam a relação comercial entre Brasil e Itália.

O procedimento utilizado para a coleta de dados foi o levantamento dos dados de fontes bibliográficas e documentais. O Quadro 2 apresenta o plano de coleta de dados, os documentos e bibliografias utilizados para atingir os objetivos da pesquisa.

Quadro 2 - Plano de coleta de dados

<b>Objetivos Específicos</b>	<b>Documentos</b>	<b>Localização</b>
a) Identificar os principais fatos históricos que marcaram as relações políticas e culturais entre Brasil e Itália;	Fontes bibliográficas e documentos oficiais	<i>Sites oficiais</i>
b) Levantar dados da balança comercial no período de 1999 a 2014;	Fontes bibliográficas e documentos oficiais	<i>Sites oficiais</i>
c) Identificar os destaques da pauta de importação e exportação;	Fontes bibliográficas e documentos oficiais	<i>Sites oficiais e biblioteca</i>
d) Analisar os acordos bilaterais;	Fontes bibliográficas e documentos oficiais	<i>Sites oficiais</i>
e) Verificar evidências da influência dos aspectos culturais, políticos e históricos nas relações comerciais entre Brasil e Itália.	Fontes bibliográficas e documentos oficiais	<i>Sites oficiais e biblioteca</i>

Fonte: Elaborado pela pesquisadora.

### 3.4 PLANO DE ANÁLISE DOS DADOS

Para a elaboração deste trabalho também é preciso apresentar o plano de análise dos dados. Para Lakatos e Marconi (1995, p. 133), a análise de dados é definida como o entendimento dos resultados, na qual “são transcritos os resultados, agora sob forma de evidências para a confirmação ou a refutação das hipóteses”. O presente estudo foi realizado com a abordagem qualitativa.

Conforme Sampieri, Collado e Lucio (2006, p. 5):

Os estudos qualitativos podem desenvolver questões e hipóteses antes, durante ou depois da coleta e da análise. Com frequência, essas atividades servem, primeiramente, para descobrir quais são as questões mais importantes da pesquisa; e depois, para refiná-las e respondê-las (ou testar hipóteses).

Sampieri, Collado e Lucio (2006, p. 493) apontam que é importante seguir o processo de análise qualitativa dos dados, formado de sete passos para o desenvolvimento da pesquisa:

1. Revisar o material: Revisar para que os dados estejam pronto para análise;
2. Estabelecer um plano de trabalho inicial: Estabelecer um plano sistemático para definir o processo para a realização da análise;
3. Codificar os dados em um primeiro nível: Codificação primária, onde se elimina a informação irrelevante e mantém os dados resumidos, completos, e codificando as unidades em categorias;
4. Codificar os dados em um segundo nível: Codificação secundária, onde as categorias da codificação primária são comparadas entre si e agrupadas em temas para encontrar possíveis vinculações;
5. Interpretar os dados: Interpretar os dados codificados e agrupados, analisando e descrevendo cada categoria, seus significados, sua presença e suas relações entre cada uma delas;
6. Descrever contextos, eventos, situações e pessoas indivíduos do estudo; encontrar padrões, explicar acontecimentos, fatos e contextos; construir teoria: Enquadrar o contexto, a situação ou o evento no qual ocorrem;
7. Assegurar a confiabilidade e validade dos resultados: Avaliar se informação foi suficiente de acordo com o problema da pesquisa, se a coleta de dados foi aprofundada até onde era possível.

Por fim, a pesquisa será realizada com base em dados documentais e bibliográficos conforme apresenta o trabalho.

### 3.5 SÍNTESE DOS PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Apresenta-se o quadro conforme abaixo, tratando os procedimentos metodológicos mencionados no trabalho.

Quadro 3 - Síntese dos procedimentos metodológicos.

Objetivos específicos	Tipo de pesquisa quanto aos fins	Meios de investigação	Classificação dos dados da pesquisa	Técnica de coleta de dados	Procedimentos de coleta e dados	Técnica de análise dos dados
a) Identificar os principais fatos históricos que marcaram as relações políticas e culturais entre Brasil e Itália;	Descritiva	Bibliográfica	Secundário	Análise de dados e conteúdo	Leitura	Qualitativa
b) Levantar dados da balança comercial no período de 1999 a 2014;	Descritiva	Bibliográfica	Secundário	Análise de dados e conteúdo	Leitura	Qualitativa
c) Identificar os destaques da pauta de importação e exportação;	Descritiva	Bibliográfica	Secundário	Análise de dados e conteúdo	Leitura	Qualitativa
d) Analisar os acordos bilaterais;	Descritiva	Bibliográfica	Secundário	Análise de dados e conteúdo	Leitura	Qualitativa
e) Verificar evidências da influência dos aspectos culturais, políticos e históricos nas relações comerciais entre Brasil e Itália.	Descritiva	Bibliográfica/ Campo	Secundário/ Primário	Análise de dados e conteúdo/ Questionário	Leitura/ Via e-mail	Qualitativa

Fonte: Elaborado pela pesquisadora.

A seguir, o próximo capítulo apresenta de forma qualitativa a análise dos dados coletados, com a finalidade de responder os objetivos específicos.

## 4 ANÁLISE DOS DADOS DA PESQUISA

### 4.1 OS PRINCIPAIS FATOS HISTÓRICOS QUE MARCARAM AS RELAÇÕES POLÍTICAS E CULTURAIS ENTRE BRASIL E ITÁLIA

O Brasil e a Itália têm uma longa história de relacionamento, com forte diálogo político, intercâmbio de visões sobre temas internacionais atuais e proximidade social e cultural. Sem dúvida contribuem para tanto o grande número de brasileiros de origem italiana, estimados em mais de 30 milhões (considerada a maior comunidade fora da Itália), quanto para a presença de comunidades brasileiras nas principais cidades italianas e o fluxo turístico de parte a parte (em média, mais de 300 mil brasileiros visitam a Itália a cada ano e mais de 240 mil italianos visitam o Brasil). Nas últimas eleições italianas, três dos Parlamentares (um Senador e dois Deputados) foram eleitos com votos da comunidade italiana no Brasil (MRE, 2013).

A conversação política entre os dois países expande de forma fluida e no mais alto nível. Pouco tempo atrás, foram importantes o encontro entre a Presidenta Dilma Rousseff e o Presidente da Itália, Giorgio Napolitano, em março de 2013, em Roma; a visita do Vice-Presidente Michel Temer a Roma, em setembro de 2012; a reunião entre os Chanceleres Luiz Alberto Figueiredo Machado e Emma Bonino, em setembro de 2013, em Nova York; e a realização de duas reuniões em 2013 entre os Secretários-Gerais dos Ministérios das Relações Exteriores, a primeira em fevereiro, em Brasília, para consultas políticas, e a segunda, em Roma, em outubro, para o V Conselho de Cooperação Brasil-Itália, integrado por autoridades dos setores público e privado, e novas consultas políticas (MRE, 2013).

Os dois países têm percepção convergente em muitos temas da atualidade internacional, acima de tudo na promoção dos valores da democracia, da solução pacífica das controvérsias e do respeito ao Estado de Direito.

Essa contingência de visões, aliada à histórica proximidade, facilitou a elevação do relacionamento bilateral à categoria de Parceria Estratégica em 2007. Brasil e Itália firmam essa Parceria na disposição de trabalhar, em articulação, a favor da paz e da segurança internacionais, do respeito aos direitos humanos, do fortalecimento do multilateralismo, da conservação do meio ambiente, do

desarmamento e não proliferação e da promoção do desenvolvimento com justiça social. Em abril de 2010, assinou-se o Plano de Ação para aprofundar a Parceria bilateral, com 16 áreas-chave para a cooperação entre os dois países (MRE, 2013).

Na área de intercessão, em que a relação é marcada pelo sucesso do desenvolvimento conjunto do avião de combate AMX (produzido pelas empresas italianas Aeritalia e Aermacchi e pela brasileira Embraer), o Plano de Ação visa à aproximação entre as indústrias dos dois países e à transferência de tecnologias (MRE, 2013).

No mundo econômico-comercial, o Plano enfatiza que o Brasil e a Itália pretendem utilizar, de forma crescente, suas agências de fomento para estimular os investimentos, a cooperação industrial e o comércio bilateral, com vistas a estimular o uso de novos mecanismos financeiros para ampliar o acesso ao crédito e incrementar o comércio bilateral. O Plano de Ação antecipa, ainda, iniciativas para aprofundar o diálogo político bilateral e a cooperação nas áreas espacial, energética, cultural e acadêmica, entre outras (MRE, 2013).

A Itália é um dos principais parceiros do programa Ciência sem Fronteiras. Mais de dois mil bolsistas brasileiros já estudaram em instituições italianas e a previsão é de que esse contingente atinja seis mil até 2015. A rede da Ciência sem Fronteiras no país engloba 19 universidades e institutos de pesquisa de reconhecida excelência acadêmica (MRE, 2013).

Os dois países mantêm importante cooperação também nos setores científico e tecnológico, com base em Acordo concluído em 1997. Em 2013, a primeira reunião da Comissão Mista de Ciência e Tecnologia propiciou encontro entre representantes de universidades e agências públicas dedicadas à pesquisa dos dois países (MRE, 2013).

Do mesmo modo importante é a dimensão econômica do relacionamento. A Itália foi o 8º principal parceiro comercial brasileiro em 2012. De 2007 a 2012, o intercâmbio comercial bilateral cresceu 38%, passando de US\$ 7,8 bilhões para US\$ 10,8 bilhões. Com mais de 800 empresas atuando no território brasileiro, a Itália se posiciona em 8º lugar entre os países que mais investem no Brasil. Segundo dados de 2011 do Banco Central, a soma dos investimentos italianos no Brasil corresponde a US\$ 21,7 bilhões. Estima-se que aquelas companhias empreguem cerca de 130 mil funcionários diretos. Na Itália, o estoque de investimentos brasileiros distribui-se nos setores bancário, de transporte aéreo,

alimentício, de processamento de couros, de comunicações, de compressores para refrigeração e de comercialização de calçados (MRE, 2013).

Outro ponto promissor é a chamada "cooperação trilateral". Brasil e Itália, a partir da assinatura de Memorando de Entendimento em 2007, vêm buscando iniciativas conjuntas em favor de terceiros países. Exemplo disso é o programa "Amazônia sem Fogo" que, após ser realizado com sucesso no Brasil, foi levado à Bolívia com o apoio conjunto dos Governos brasileiro e italiano (MRE, 2013).

Conforme o MRE (2013), vê-se uma cronologia das relações bilaterais importantes:

Quadro 4 – Cronologia das relações bilaterais entre Brasil e Itália

Ano	Relações bilaterais
1861	Reconhecimento do Reino da Itália pelo Império brasileiro;
1870	Início da imigração italiana para o Brasil;
1891	Reconhecimento da República brasileira pela Itália;
1942	Brasil decreta guerra à Alemanha e Itália;
1944	Restabelecimento pleno das relações diplomáticas Brasil-Itália e embarque do primeiro contingente de tropas da FEB para a Itália;
1965	Primeira visita ao Brasil de um Presidente italiano, Giuseppe Saragat;
1975	Visita à Itália do Chanceler Azeredo da Silveira;
1997	Visita de Estado à Itália do Presidente Fernando Henrique Cardoso;
2000	Visita de Estado ao Brasil do Presidente Carlo Azeglio Ciampi;
2005	Visita à Itália do Presidente Luiz Inácio Lula da Silva;
2007	Visita ao Brasil do Presidente do Conselho de Ministros Romano Prodi e assinatura de parceria estratégica Brasil-Itália;
2009	Visitas à Itália do Presidente Luiz Inácio Lula da Silva, para o G-8 e para a Cúpula Mundial sobre Segurança Alimentar da FAO, e encontros com o Primeiro-Ministro Silvio Berlusconi;
2010	Encontro do Presidente Luiz Inácio Lula da Silva com o Primeiro-Ministro Silvio Berlusconi em Washington, à margem da Cúpula sobre Segurança Nuclear; assinatura do Plano de Ação da Parceria Estratégica; visita ao Brasil do Primeiro-Ministro Silvio Berlusconi;
2011	Visita a Roma do Ministro Antonio de Aguiar Patriota, para as celebrações do Sesquicentenário da Unificação Italiana;
2012	Visita a Roma do Vice-Presidente da República, Michel Temer;
2013	Encontro, na Itália, entre a Presidenta Dilma Rousseff e o Presidente Giorgio Napolitano;
2013	Reunião, em Nova York, entre os Chanceleres Luiz Alberto Figueiredo Machado e Emma Bonino.

Fonte: Mdic, 2013.

## 4.2 RELAÇÕES POLÍTICAS

A participação econômica estabelece o ponto principal das relações entre Itália e Brasil, que estão vivendo uma época particularmente favorável. O IV Conselho de Cooperação, realizada em Brasília, em 2015 confirmou as fortes relações bilaterais, gerando um novo impulso à participação econômica, próximo à abertura da Expo Milano, um evento que vê o Brasil entre os países protagonistas,

com um dos maiores pavilhões e com um tema intitulado "Brasil: alimentar o mundo com soluções" (VINCENZO, 2016).

Vários dados ajudam a entender a importância do Brasil como parceiro para as empresas italianas, entre 2003 e 2014 o intercâmbio bilateral cresceu 185%. A Itália, com uma participação de 2,75% do mercado, é o segundo fornecedor europeu do Brasil, depois da Alemanha e à frente da França. As exportações da Itália para o Brasil compõem mais de 50% de produtos com alto valor agregado, como elementos para a indústria automotiva, máquinas de embalagem, helicópteros, vacinas, produtos terapêuticos e barcos a motor. A moda e o luxo mostraram um grande crescimento na classe média, sendo muito importante para o país. Atualmente a classe média está classificada em mais dos 57% da população (VINCENZO, 2016).

A presença empresarial italiana registra em torno de 890 filiais e instalações de produção em operação no Brasil, empregando mais de meio milhão de trabalhadores. Os principais investimentos italianos estão localizados nos estados do sul e sudeste do Brasil. Mais da metade das empresas estão concentradas no estado de São Paulo, mas estão entrando no Nordeste e no centro, como em Goiás, Mato Grosso do Sul, em estados relativamente menos desenvolvidos, mas com taxas de crescimento mais elevadas do que o resto do País e que, portanto, têm maiores oportunidades (VINCENZO, 2016).

Os anos 60 foram caracterizados pelas fortes relações entre a Itália e o Brasil. Este período coincidiu com o boom econômico italiano, particularmente devido ao desenvolvimento de grandes grupos industriais e da política de substituição de importações perseguida em toda América Latina, tornando-se um importante centro para os grupos industriais italianos ansiosos para fazer investimentos substanciais (VINCENZO, 2016).

Assim deu-se início a aliança bi regional entre a Itália e o Brasil, que alcançou a fundação do Instituto Ítalo-Latino Americano (IILA). Este período foi caracterizado por uma proximidade política, econômica e cultural muito forte entre a Itália e a América Latina e foi nomeado como a "Época do continente irmão" (VINCENZO, 2016).

A partir de 2007, começou uma parceria estratégica entre os dois países, transmitindo a educação e a formação para gerar riqueza humana e econômica. A definição de democracia, igualdade, direitos humanos e o crescimento da

colaboração são essenciais para permitir a todos o acesso às mesmas oportunidades e garantir uma sociedade mais igualitária (VINCENZO, 2016).

Existem quatro etapas da parceria estratégica, sendo elas:

1. Reforçar as capacidades institucionais e operacionais das autoridades locais;
2. Contribuir para a formulação de políticas públicas e de governo a vários níveis;
3. Facilitar o intercâmbio de experiências e a transferência de conhecimento através de treinamento, conscientização e definição de novas metodologias;
4. Promover a participação das autoridades locais na cooperação para o desenvolvimento.

Abaixo segue os principais acordos assinados entre Itália e Brasil.

**Quadro 5 – Acordos assinados entre Brasil e Itália**

Ano	Acordos assinados entre Brasil e Itália
1972	Acordo Básico de cooperação técnica
1995	Acordo - Quadro sobre Cooperação Cultural
1997	Acordo - Quadro de Cooperação Econômica
2004	Acordo de parceria para promover a cooperação em prol do desenvolvimento local
2007	Acordo Básico de Cooperação Técnica entre o Governo da República Federativa do Brasil e o Governo da República Italiana sobre Cooperação Descentralizada
2009	Acordo de Cooperação entre o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social e Sociedade de Empresas Italianas no Exterior
2010	Acordo Adicional sobre Cooperação Descentralizada, Decreto Legislativo 279

Fonte: Elaborado pela pesquisadora, (2016).

Nota-se que os países possuem uma parceria extremamente séria e recíproca.

#### **4.2.1. Atos Internacionais entre Brasil e Itália**

Pelo fim da Rodada Uruguai, foi empregado uma série de acordos que interpretam e, em certos casos, modificam substancialmente artigos específicos do GATT. Esses acordos estão relacionados a taxas de importação, empresas estatais, restrições comerciais por problemas com o balanço de pagamentos, acordos

regionais de comércio, derrogação de obrigações e renegociação de tarifas consolidadas (MESQUITA, 2013).

Diversos acordos normatizam em detalhe procedimentos específicos de política comercial. A finalidade mais ampla é melhorar as medidas que podem ser usadas como barreiras não tarifárias ao comércio. Os acordos que trabalham e aprimoram o GATT tratam de barreiras técnicas (TBT), medidas de investimento relacionadas ao comércio (TRIMS), subsídios e direitos compensatórios, antidumping, regras de origem, licenciamento de importações, salvaguardas, inspeção pré-embarque e compras governamentais. Alguns deles foram a causa de acordos plurilaterais na Rodada Tóquio. Na Rodada Uruguai, todos tornaram-se multilaterais, ou seja, impostos para todos os Membros da OMC (MESQUITA, 2013).

O acordo sobre barreiras técnicas ao comércio está sujeito a um número crescente de normas voluntárias e regulamentos obrigatórios que explicam características como funções, dimensões e requisitos de segurança como resistência ao fogo, ausência de substâncias nocivas, compatibilidade com outros produtos para evitar interferência de equipamentos de radiofrequência, cores, símbolos descritivos. Os padrões em diversos mercados como os sistemas de cores para televisão analógica ou para a televisão digital estão sujeitos a elevar os custos do comércio e podem, no limite, dificultá-los. Esses requisitos, muitas vezes, são feitos sob medida para beneficiar o produto doméstico (MESQUITA, 2013).

Existem vários outros acordos como o acordo sobre medidas de investimento relacionadas ao comércio (TRIMS), acordo sobre subsídios e medidas compensatórias, acordo antidumping, acordo sobre regras de origem e etc. (MESQUITA, 2013).

Abaixo, na tabela 2, segue alguns dos Atos Internacionais assinados por Brasil e Itália:

Quadro 6 – Atos Internacionais em vigor entre Brasil e Itália.

(continua)

Títulos dos Acordos entre Brasil e Itália	Data de entrada em vigor
Programa Executivo de Cooperação Cultural entre o Governo da República Federativa do Brasil e o Governo da República Italiana para o Período de 2010-2013.	29/06/2010

Quadro 6 – Atos Internacionais em vigor entre Brasil e Itália.

(conclusão)

Ajuste Complementar ao Acordo entre o Governo da República Federativa do Brasil e o Governo da República Italiana sobre Cooperação em Defesa (Compras Governamentais).	24/06/2010
Parceria Estratégica entre a República Federativa do Brasil e a República Italiana.	12/04/2010
Memorando de Entendimento entre o Ministério da Saúde da República Federativa do Brasil e o Ministério do Trabalho, da Saúde e das Políticas Sociais da República Italiana sobre Cooperação no Campo da Saúde e das Ciências Médicas.	11/11/2008
Protocolo de Intenções entre o Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior da República Federativa do Brasil e o Ministério do Desenvolvimento Econômico da República Italiana.	11/11/2008
Protocolo Adicional ao Acordo Básico de Cooperação Técnica entre o Governo da República Federativa do Brasil e o Governo da República Italiana sobre a Cooperação Descentralizada.	31/05/2010
Declaração Conjunta entre o Ministério das Relações Exteriores do Brasil e o Ministro das Relações Exteriores da Itália para Incentivar a Cooperação nos Setores Industrial, Tecnológico e de Desenvolvimento.	
Ajuste Complementar, por troca de Notas, ao Acordo Básico de Cooperação Técnica sobre o Projeto “Programa Biodiversidade Brasil-Itália”.	
Memorando de Entendimento entre o Ministério da Ciência e Tecnologia e o Ministério do Meio Ambiente (Brasil) e o Ministério do Meio Ambiente e Território (Itália) sobre Cooperação na área de Mudança do Clima e Desenvolvimento e Implementação de Projetos baseados no Mecanismo de Desenvolvimento Limpo do Protocolo de Quioto.	16/12/2004
Ajuste de Colaboração entre o Governo da República Federativa do Brasil e a Região da EMILIA-ROMAGNA.	29/11/2004
Ajuste de Colaboração entre o Governo da República Federativa do Brasil e a Região da Toscana.	
Ajuste de Colaboração entre o Governo da República Federativa do Brasil e a Região da Úmbria.	
Ajuste de Colaboração entre o Governo da República Federativa do Brasil e a Região do Marche.	
Acordo, por Troca de Notas, que Põe em Vigor o Ajuste entre o Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) do Brasil e o “Consiglio Nazionale Delle Ricerche” (CNR) da Itália, Assinado em Roma, a 11 de maio de 1982, como Ajuste Comp. Ao Acordo Cultural.	12/11/1982
Ajuste Complementar ao Acordo Cultural Brasil/Itália de 06 de setembro de 1958, entre o Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Brasil (CNPq) e o Conselho Nacional de Pesquisas da Itália (CNR).	12/11/1982
Acordo Administrativo Referente à Aplicação dos Artigos 37 a 43 do Acordo de Migração entre a República Federativa do Brasil e a República Italiana, de 09 de dezembro de 1960.	19/03/1973
Ajuste sobre Participação Italiana no Crédito Bancário Europeu ao Brasil.	11/11/1965

Fonte: Elaborado pela pesquisadora com base nos dados do SCI (2016).

#### 4.2.2. Barreiras tarifárias e não tarifárias

As tarifas e outras restrições quantitativas diminuíram de forma significativa após a criação do GATT 1947 e, posterior da OMC, em 1995. Entretanto, registraram-se outras formas de protecionismo que se tornaram evidentes, como regulamentações técnicas. Os produtos comercializado sem seus

territórios tem muitas normas em vigor que determinam os requisitos de qualidade, segurança, composição, processo produtivo, embalagem, rotulagem etc. Essas normas nacionais consistem, muitas vezes, nas chamadas barreiras técnicas ao comércio. A adesão e a realização dessas medidas governamentais podem, assim, destinar, à proteção de objetivos legítimos, como saúde, segurança e meio ambiente. Essas explicações legítimas muitas vezes, servem de explicação para a imposição de exigências técnicas protecionistas (MDIC, 2016).

Mesmo não havendo um objetivo por parte dos governos, desacordos referente aos regimes regulatórios ou, até mesmo, a escassez de controle entre os diferentes órgãos governamentais comprometidos podem restringir o comércio. Hoje em dia, diferentes níveis de regulamentação nacional ainda apresentam grande desafio para o procedimento de liberalização comercial. Se um país adquire normas mais exigentes em relação à proteção ao meio ambiente ou à segurança e à qualidade dos produtos, isso é um diferencial no custo de formação, das quais induz as indústrias em países com legislação mais rigorosa a requisitarem a proteção do Estado em relação a produtos importados com menor custo (MDIC 2016).

Conforme o INMETRO (2012) as barreiras técnicas, são barreiras comerciais provenientes da utilização de normas ou regulamentos técnicos não-transparentes ou não-embasados em normas internacionalmente aceitas ou, ainda, derivadas da adoção de procedimentos de avaliação da conformidade não-transparentes e/ou demasiadamente dispendiosos, bem como de inspeções excessivamente rigorosas.

As barreiras comerciais tarifárias foram o mecanismo real aplicado para barrar as entradas de produtos estrangeiros, ou seja, impõem tributos na importação de mercadoria estrangeira; na exportação quando a mercadoria deixa de ser nacional e incorpora a economia estrangeira; e trânsito de mercadorias e pessoas (KINOSHITA, AYDOS 2008).

Segundo Nakayama (2005) os tributos alfandegários tem a finalidade de protecionismo ou de aquisição de receitas fiscais. Se por acaso existir um aumento dos tributos com o objetivo de atingir o ponto máximo protecionista de um imposto sobre a importação, compreende-se que haverá uma redução das importações e, conseqüentemente, um baixo nível de receitas. Se acontecer uma diminuição dos tributos com o propósito de atingir o ponto máximo na arrecadação de receitas, haverá um aumento as importações e, logo, um baixo nível de proteção.

Berto (2004, p. 2) define o imposto sobre importações como:

O imposto sobre importações - chamado tarifa - é cobrado quando a mercadoria entra no país podendo incidir de forma específica, onde o imposto é cobrado referente as quantidades importadas, independentemente do preço do produto. Podendo também ser cobrado de forma "ad valorem" onde o imposto é calculado com uma porcentagem do preço do produto, como a Tarifa Externa Comum (TEC), de 20% acordada entre os países membros do Mercosul para países importações procedentes de países que não sejam membros desse bloco econômico. E por final a tarifa por ser cobrada de forma mista, isto é, implica a cobrança de determinado montante por unidade importada do produto, além de um percentual sobre o preço do produto.

Barral (2002, p. 19) define como barreiras não tarifárias as seguintes formas: proibições, cotas, mecanismos regulatórios e subsídios. São chamadas barreiras não tarifárias aquelas que não se relacionam ao pagamento de tributos sobre a importação/exportação. Estas barreiras podem proceder da necessidade de atendimento a requisitos técnicos, como aqueles definidos num regulamento técnico, ou a requisitos administrativos, como é o caso de limitação da exportação por cotas prefixadas.

Desde o início, para o Brasil, a União Europeia apresentou, um perigoso antecedente de violação ao livre comércio. A discussão de oposição defendia os interesses brasileiros agudamente prejudicados pelo estabelecimento de preferências externas concomitantes às preferências internas que constituíram a Europa dos seis. A Convenção de Yaoundé, e posteriormente os Acordos de Lomé, estabeleceram uma rede de países em desenvolvimento associados à Comunidade Europeia. A competição com os países da Ásia, Caribe e Pacífico (ACP), exportadores de produtos primários e amplamente beneficiados pelos acordos de associação, revelou-se difícil ou mesmo impossível para o Brasil (especialmente para cacau e café) (SECEX, 2016).

Conforme o SECEX (2016) o maior interesse do Brasil em seu relacionamento com a União Europeia está nas áreas de relações exteriores, comércio, agricultura, saúde e proteção ao consumidor. Existem alguns aspectos assinalados pelos respectivos comissários por apresentação perante o parlamento Europeu conforme listados abaixo:

a) a UE deve favorecer os processos de integração regional conduzidos em outras partes do mundo, uma vez que tais processos favoreceriam o desenvolvimento econômico e complementariam o sistema multilateral de comércio;

b) a UE deve encorajar o crescimento econômico nos países em desenvolvimento por representarem estes, a médio prazo, enorme mercado potencial para as exportações europeias;

c) A UE deve defender a simplificação dos procedimentos pertinentes ao comércio internacional como forma de facilitar uma maior participação das pequenas e médias empresas no mesmo;

d) A globalização é, em geral, benéfica para países desenvolvidos e em desenvolvimento. O Comissário Lamy visitou o Brasil, a Argentina, o Chile e o Uruguai este ano reiterando a disposição da UE de dar prioridade às negociações do Acordo de Associação com o Mercosul e às relações comerciais com o Brasil.

Conforme o MIDC (2016) abaixo segue alguns dos tipos de barreiras externas:

Quadro 7 – Tipos de barreiras externas

(continua)

Tipo de barreira	Caracterização
Quotas.	Limitação de importações pela fixação de quotas para produtos;
Aplicação do Acordo sobre Têxteis e Vestuário (ATV)	Quotas do Acordo Multifibras
Proibição total ou temporária	Proibição de importação de um produto que seja permitido comercializar no mercado interno do país que efetuou a proibição;
Salvaguardas	Aplicação de quotas de importação ou elevação de tarifas por questões de medidas de salvaguarda, exceto salvaguardas preferenciais previstas em acordos firmados;
Impostos e gravames adicionais	Adicionais de tarifas portuárias ou de marinha mercante, taxa de estatística, etc
Impostos e gravames internos que discriminem entre o produto nacional e o importado	Imposto do tipo do ICMS que onere o produto importado em nível superior ao produto nacional;
Preços mínimos de importação/preços de referência	Estabelecimento prévio de preços mínimos como referência para a cobrança das tarifas de importação, sem considerar a valoração aduaneira do produto;
Investigação antidumping em curso	
Direitos antidumping aplicados, provisórios ou definitivos;	

Quadro 7 – Tipos de barreiras externas.

(conclusão)

Investigação antidumping suspensa por acordos de preços	
---	--

Fonte: Elaborado pela pesquisadora, (2016).

### 4.3 A BALANÇA COMERCIAL DO BRASIL E DA ITALIA

Balança comercial é o índice econômico que descreve a relação entre o total de exportações e importações de bens e serviços de um país em determinado período (ADVFN, 2016).

Quando o total de exportações de bens e serviços for superior ao total de importações, registra-se um superávit no saldo da balança comercial. O superávit da balança comercial é um fator positivo na economia de um país, já que mostra que o mesmo está exportando (vendendo) mais bens e serviços do que está importando (comprando). O resultado positivo da balança comercial gera um lucro que pode ser utilizado para investir no próprio sistema econômico do país (ADVFN, 2016).

Quando o total de exportações de bens e serviços for inferior ao total de importações, registra-se um déficit no saldo da balança comercial. O déficit da balança comercial é um fator negativo na economia de um país, já que mostra que o mesmo está exportando (vendendo) menos bens e serviços do que está importando (comprando). O resultado negativo da balança comercial gera um prejuízo que deve ser coberto pelas reservas financeiras do país (ADVFN, 2016).

#### 4.3.1. Balança comercial brasileira no período entre 1999 e 2014

A tabela abaixo mostra alguns dos principais produtos nas seções e capítulos da NCM que o Brasil exporta para a Itália. Analisando o quadro, observa-se que nas seções I e II houve uma queda nas exportações do ano de 2015 para 2016 e nas seções III e IV obteve-se um aumento relativo.

Tabela 2 – Produtos exportados do Brasil para Itália.

Descrição	Valor US\$ FOB	Valor US\$ FOB	2016/2015 JAN-FEV
TOTAL GERAL	502.039.778	537.998.446	-6,68
<b>I - ANIMAIS VIVOS E PRODUTOS DO REINO ANIMAL</b>	<b>32.759.143</b>	<b>33.047.386</b>	<b>-0,87</b>
01 - ANIMAIS VIVOS	-	-	--
02 - CARNES E MIUDEZAS, COMESTIVEIS	31.437.030	32.033.282	-1,86
03 - PEIXES E CRUSTACEOS, MOLUSCOS E OUTS. INVERTEBR..	4.821	840	473,93
04 - LEITE E LATICINIOS; OVOS DE AVES; MEL NATURAL, ETC.	60	-	--
05 - OUTROS PRODUTOS DE ORIGEM ANIMAL	1.317.232	1.013.264	30,00
<b>II - PRODUTOS DO REINO VEGETAL</b>	<b>98.097.320</b>	<b>124.372.745</b>	<b>-21,13</b>
06 - PLANTAS VIVAS E PRODUTOS DE FLORICULTURA	367.388	645.588	-43,09
07 - PRODUTOS HORTICOLAS, PLANTAS, RAIZES, ETC, COMES	-	6.531	-100,00
08 - FRUTAS, CASCAS DE CITRICOS E DE MELOES	1.203.417	1.591.019	-24,36
09 - CAFE, CHA, MATE E ESPECIARIAS	96.010.538	121.607.697	-21,05
10 - CEREAIS	-	5.765	-100,00
11 - PRODUTOS DA INDUSTRIA DE MOAGEM; MALTE; AMIDOS, E	23.050	-	--
12 - SEMENTES E FRUTOS OLEAGINOSOS, GRAOS, SEMENTES	375.375	461.255	-18,62
13 - GOMAS, RESINAS E OUTROS SUCOS E EXTRATOS VEGET.	90.149	54.890	64,24
14 - MATERIAS P/ENTRANCAR E OUTS. PRODS. DE ORIGEM VE	27.403	-	--
<b>III - GORDURAS E OLEOS ANIMAIS OU VEGETAIS, ETC.</b>	<b>4.377.704</b>	<b>3.240.609</b>	<b>35,09</b>
15 - GORDURAS, OLEOS E CERAS ANIMAIS OU VEGETAIS, ETI	4.377.704	3.240.609	35,09
<b>IV - PRODUTOS DAS INDUSTRIAS ALIMENTARES, BEBIDAS, ETC.</b>	<b>15.082.265</b>	<b>11.808.360</b>	<b>27,73</b>
16 - PREPARACOES DE CARNE, DE PEIXES OU DE CRUSTACEI	5.016.285	7.303.509	-31,32
17 - ACUCARES E PRODUTOS DE CONFEITARIA	-	122.950	-100,00
18 - CACAU E SUAS PREPARACOES	282	23.701	-98,81
19 - PREPARACOES A BASE DE CEREAIS, FARINHAS, AMIDOS,	27.047	-	--
20 - PREPARACOES DE PRODUTOS HORTICOLAS, DE FRUTAS,	820.411	460.570	78,13
21 - PREPARACOES ALIMENTICIAS DIVERSAS	249.784	514.710	-51,47
22 - BEBIDAS, LIQUIDOS ALCOOLICOS E VINAGRES	136.553	123.070	10,96
23 - RESIDUOS E DESPERDICIOS DAS INDUSTRIAS ALIMENTAF	8.736.631	3.135.308	178,65
24 - TABACO E SEUS SUCEDANEOS MANUFATURADOS	95.272	124.542	-23,50

Fonte: MDIC, SECEX, (2016).

A seguir, a tabela apresenta os principais produtos nas seções e capítulos da NCM que o Brasil importa da Itália. Na seção I, animais vivos e produtos do reino animal houve um aumento durante o ano de 2015 para 2016. Na seção II, produtos do reino vegetal, apenas os produtos de plantas vivas e produtos de floricultura, produtos hortícolas, plantas, raízes, etc, comestíveis, produtos da indústria de moagem; malte; amidos, etc. e sementes e frutos oleaginosos, grãos, sementes, etc. é que tiveram um aumento. Demais produtos da mesma seção apresentam uma importação decrescente.

Produtos da seção III como gorduras e óleos animais ou vegetais, etc. diminuíram 37% em relação à 2015. Na seção IV, produtos das indústrias alimentares, bebidas, etc. registrou-se apenas um aumento de 376% nos produtos açúcares e produtos de confeitaria em relação à 2015.

Tabela 3 – Produtos importados da Itália para o Brasil.

Descrição	2016 (JAN/FEV) Valor US\$ FOB	2015 (JAN/FEV) Valor US\$ FOB	Var. rel US\$ % 2016/2015 JAN-FEV
TOTAL GERAL	575.613.093	868.407.972	-33,72
<b>I - ANIMAIS VIVOS E PRODUTOS DO REINO ANIMAL</b>	<b>2.279.785</b>	<b>1.969.648</b>	<b>15,75</b>
01 - ANIMAIS VIVOS	-	-	--
02 - CARNES E MIUDEZAS, COMESTIVEIS	910.364	892.511	2,00
03 - PEIXES E CRUSTACEOS, MOLUSCOS E OUTS. INVERTEBR..	-	-	--
04 - LEITE E LATICINIOS; OVOS DE AVES; MEL NATURAL, ETC.	559.888	554.684	0,94
05 - OUTROS PRODUTOS DE ORIGEM ANIMAL	809.533	522.453	54,95
<b>II - PRODUTOS DO REINO VEGETAL</b>	<b>9.375.597</b>	<b>10.200.987</b>	<b>-8,09</b>
06 - PLANTAS VIVAS E PRODUTOS DE FLORICULTURA	53.660	26.227	104,60
07 - PRODUTOS HORTICOLAS, PLANTAS, RAIZES, ETC, COMES	114.507	105.400	8,64
08 - FRUTAS, CASCAS DE CITRICOS E DE MELOES	6.835.959	7.154.340	-4,45
09 - CAFE, CHA, MATE E ESPECIARIAS	945.076	1.117.977	-15,47
10 - CEREAIS	517.611	642.260	-19,41
11 - PRODUTOS DA INDUSTRIA DE MOAGEM; MALTE; AMIDOS, E	257.146	181.743	41,49
12 - SEMENTES E FRUTOS OLEAGINOSOS, GRAOS, SEMENTES	371.638	303.754	22,35
13 - GOMAS, RESINAS E OUTROS SUCOS E EXTRATOS VEGET.	280.000	669.286	-58,16
14 - MATERIAS P/ENTRANCAR E OUTS. PRODS. DE ORIGEM VE	-	-	--
<b>III - GORDURAS E OLEOS ANIMAIS OU VEGETAIS, ETC.</b>	<b>2.216.288</b>	<b>3.508.881</b>	<b>-36,84</b>
15 - GORDURAS, OLEOS E CERAS ANIMAIS OU VEGETAIS, ETI	2.216.288	3.508.881	-36,84
<b>IV - PRODUTOS DAS INDUSTRIAS ALIMENTARES, BEBIDAS, ETC.</b>	<b>15.337.996</b>	<b>19.938.095</b>	<b>-23,07</b>
16 - PREPARACOES DE CARNE, DE PEIXES OU DE CRUSTACEI	176.819	188.099	-6,00
17 - ACUCARES E PRODUTOS DE CONFEITARIA	205.319	43.097	376,41
18 - CACAU E SUAS PREPARACOES	3.259.913	4.271.525	-23,68
19 - PREPARACOES A BASE DE CEREAIS, FARINHAS, AMIDOS,	3.339.024	4.336.734	-23,01
20 - PREPARACOES DE PRODUTOS HORTICOLAS, DE FRUTAS,	1.847.318	2.342.386	-21,14
21 - PREPARACOES ALIMENTICIAS DIVERSAS	2.524.741	3.067.049	-17,68
22 - BEBIDAS, LIQUIDOS ALCOOLICOS E VINAGRES	3.682.438	5.123.008	-28,12
23 - RESIDUOS E DESPERDICIOS DAS INDUSTRIAS ALIMENTAF	302.424	566.197	-46,59
24 - TABACO E SEUS SUCEDANEOS MANUFATURADOS	-	-	--

Fonte: MDIC, SECEX, (2016).

O Brasil exporta mais do que importa, isso significa que se tem um superávit da balança comercial, ou seja, o resultado positivo da balança comercial gera um lucro que pode ser utilizado para investir no sistema econômico do país.

A tabela a seguir apresenta algumas das empresas exportadoras do Brasil no ano de 2015, todas com faixa de exportação acima de US\$ 100 milhões.

Quadro 8 – Empresas exportadoras do Brasil 2015.

<b>CNPJ</b>	<b>EMPRESA</b>	<b>FAIXA DE VALOR EXPORTADO</b>
33592510	VALE S.A.	Acima de US\$ 100 milhões
33000167	PETROLEO BRASILEIRO S A PETROBRAS	Acima de US\$ 100 milhões
84046101	BUNGE ALIMENTOS S/A	Acima de US\$ 100 milhões
60498706	CARGILL AGRICOLA S A	Acima de US\$ 100 milhões
07689002	EMBRAER S.A.	Acima de US\$ 100 milhões
02916265	JBS S/A	Acima de US\$ 100 milhões
02003402	ADM DO BRASIL LTDA	Acima de US\$ 100 milhões
01838723	BRF S.A.	Acima de US\$ 100 milhões
42150391	BRASKEM S/A	Acima de US\$ 100 milhões
47067525	LOUIS DREYFUS COMMODITIES BRASIL S.A.	Acima de US\$ 100 milhões
02681185	BG E&P BRASIL LTDA.	Acima de US\$ 100 milhões
16628281	SAMARCO MINERACAO S.A.	Acima de US\$ 100 milhões
16404287	SUZANO PAPEL E CELULOSE S.A.	Acima de US\$ 100 milhões
33435231	GE CELMA LTDA.	Acima de US\$ 100 milhões
17469701	ARCELORMITTAL BRASIL S.A.	Acima de US\$ 100 milhões
77294254	AMAGGI EXPORTACAO E IMPORTACAO LTDA	Acima de US\$ 100 milhões
07053693	NIDERA SEMENTES LTDA.	Acima de US\$ 100 milhões
02914460	SEARA ALIMENTOS LTDA	Acima de US\$ 100 milhões
05848387	ALUNORTE ALUMINA DO NORTE DO BRASIL S/A	Acima de US\$ 100 milhões
60643228	FIBRIA CELULOSE S/A	Acima de US\$ 100 milhões
33042730	COMPANHIA SIDERURGICA NACIONAL	Acima de US\$ 100 milhões
33131541	COMPANHIA BRASILEIRA DE METALURGIA E MINERACAO	Acima de US\$ 100 milhões
06315338	NOBLE BRASIL S.A.	Acima de US\$ 100 milhões
07005330	THYSSENKRUPP COMPANHIA SIDERURGICA DO ATLANTICO	Acima de US\$ 100 milhões

Fonte: MDIC, SECEX, (2015).

A figura a seguir apresenta a participação (%) do Brasil no comércio da Itália. Pode-se observar que as exportações do Brasil para a Itália e as importações totais da Itália obtiveram uma variação de -2,5% entre o ano de 2010 e 2014 em relação as importações do Brasil originárias da Itália e exportações totais da Itália que alcançaram uma variação de 10,1%.

Contudo o principal destaque está nas importações do Brasil originárias da Itália que apresentam 30,5% de variação entre 2010 e 2014.

Figura 3 – Participação do Brasil no comércio da Itália.

Part. % do Brasil no comércio da Itália US\$ milhões						
Descrição	2010	2011	2012	2013	2014	Var. % 2010/2014
Exportações do Brasil para a Itália (X1)	4.235	5.441	4.581	4.098	4.021	-5,1%
Importações totais da Itália (M1)	486.984	558.832	489.104	479.336	474.083	-2,6%
Part. % (X1 / M1)	0,87%	0,97%	0,94%	0,85%	0,85%	-2,5%
Importações do Brasil originárias da Itália (M2)	4.838	6.223	6.202	6.719	6.312	30,5%
Exportações totais da Itália (X2)	446.840	523.256	501.529	518.095	529.529	18,5%
Part. % (M2 / X2)	1,08%	1,19%	1,24%	1,30%	1,19%	10,1%

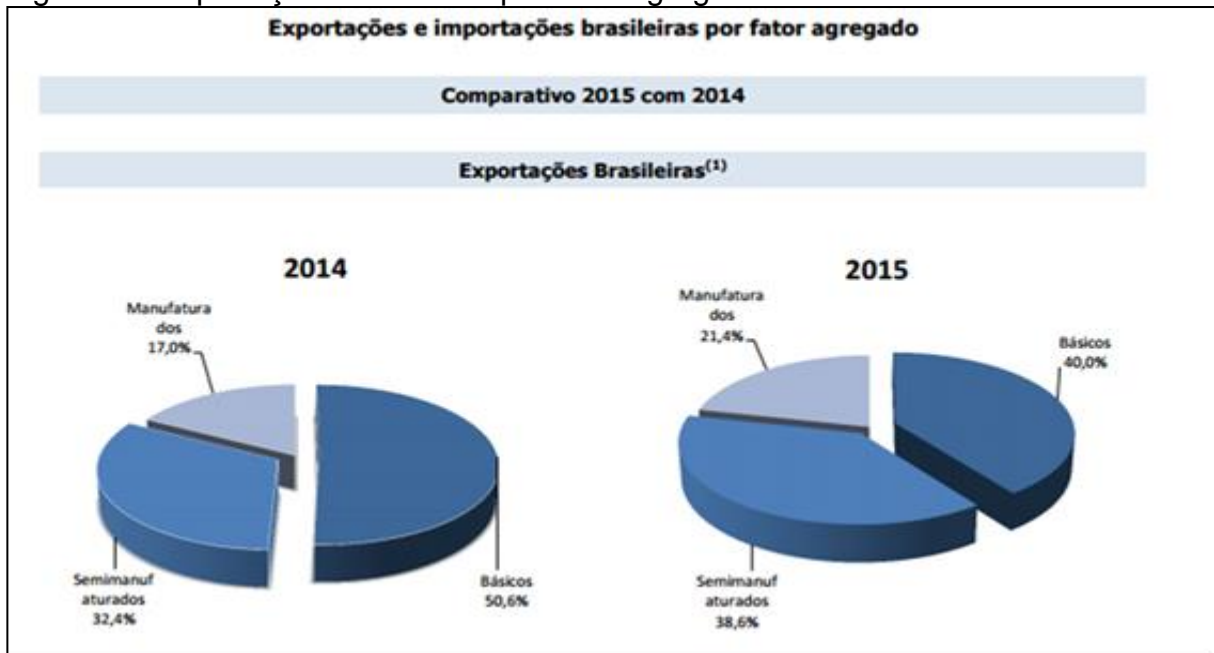
Elaborado pelo MRE/DPR/DIC - Divisão de Inteligência Comercial, com base em dados do MDIC/SECEX/AliceWeb e UN/UNCTAD/ITC/TradeMap.  
As discrepâncias observadas nas estatísticas das exportações brasileiras e das importações da Itália e vice-versa explicam-se pelo uso de fontes distintas e também por diferentes metodologias de cálculo.

Fonte: MRE, DPR, DIC (2016).

A figura 4 e 5 apresentam as exportações e importações brasileiras por fator agregado, sendo eles, básicos, semimanufaturados e manufaturados.

Nas exportações, comparando 2015 com 2014, houve um aumento nos fatores semimanufaturados e manufaturados, o fator básico obteve uma decaída de 10% em relação a 2014.

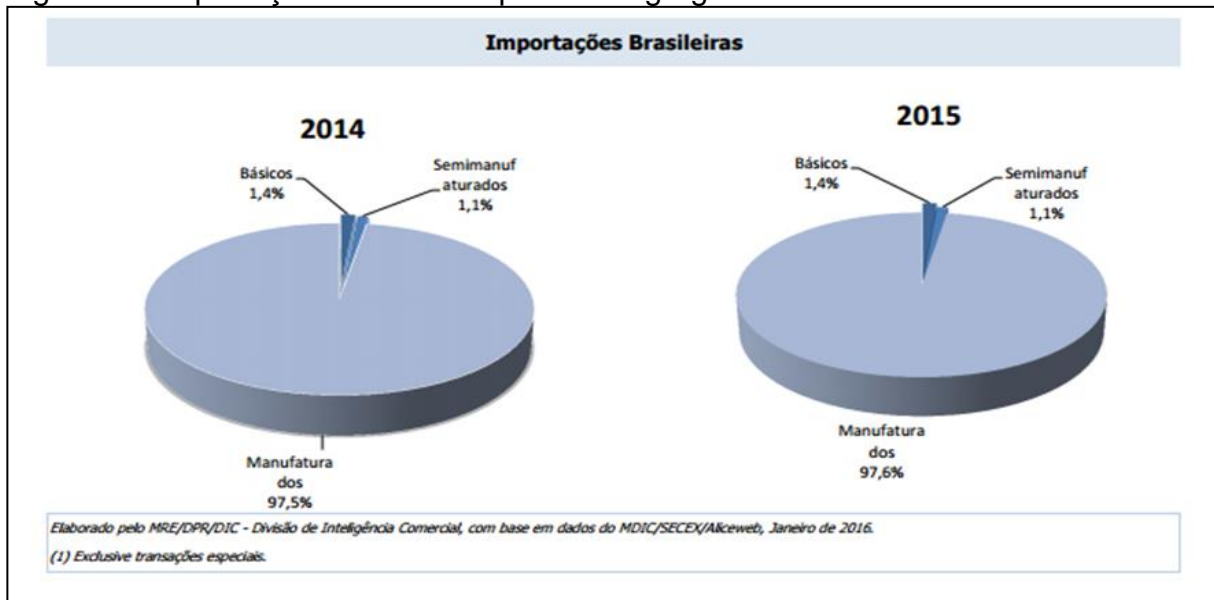
Figura 4 – Exportações brasileiras por fator agregado.



Fonte: MRE, DPR, DIC (2016).

Já nas importações em ambos os anos não teve mudança nos dados.

Figura 5 – Importações brasileiras pro fator agregado.



Fonte: MRE, DPR, DIC (2016).

A figura 6 mostra a composição das exportações brasileiras para a Itália. Observando o quadro, tem-se uma ordem dos grupos de produtos exportados para a Itália seguido de pastas de madeira com 21,7%, café com 17,5%, peles e couros com 10,9% entre outros.

Figura 6 – Composição das exportações brasileiras para a Itália.

<b>Composição das exportações brasileiras para a Itália</b>						
<b>US\$ milhões</b>						
<b>Grupos de Produtos</b>	<b>2013</b>		<b>2014</b>		<b>2015</b>	
	<b>Valor</b>	<b>Part.% no total</b>	<b>Valor</b>	<b>Part.% no total</b>	<b>Valor</b>	<b>Part.% no total</b>
Pastas de madeira	468	11,4%	600	14,9%	711	21,7%
Café	456	11,1%	554	13,8%	572	17,5%
Peles e couros	514	12,5%	425	10,6%	356	10,9%
Minérios	826	20,2%	631	15,7%	230	7,0%
Ferro e aço	133	3,2%	229	5,7%	212	6,5%
Máquinas mecânicas	233	5,7%	191	4,8%	209	6,4%
Carnes	199	4,9%	225	5,6%	208	6,4%
Farelo de soja	177	4,3%	178	4,4%	125	3,8%
Sal, enxofre, terras e cimento	72	1,8%	84	2,1%	86	2,6%
Químicos orgânicos	69	1,7%	59	1,5%	51	1,6%
<b>Subtotal</b>	<b>3.147</b>	<b>76,8%</b>	<b>3.176</b>	<b>79,0%</b>	<b>2.760</b>	<b>84,4%</b>
<b>Outros produtos</b>	<b>951</b>	<b>23,2%</b>	<b>845</b>	<b>21,0%</b>	<b>510</b>	<b>15,6%</b>
<b>Total</b>	<b>4.098</b>	<b>100,0%</b>	<b>4.021</b>	<b>100,0%</b>	<b>3.270</b>	<b>100,0%</b>

*Elaborado pelo MRE/DPR/DIC - Divisão de Inteligência Comercial, com base em dados do MDIC/SECEX/Aliceweb, Janeiro de 2016.*

Fonte: MRE, DPR, DIC (2016).

Com relação as importações, mais de 35% dos produtos importados referen-se a máquinas mecânicas, 8,5% máquinas elétricas e 8,1% automóveis conforme figura 7.

Figura 7 – Composição das importações brasileiras originárias da Itália.

<b>Composição das importações brasileiras originárias da Itália</b>						
<b>US\$ milhões</b>						
<b>Grupos de Produtos</b>	<b>2013</b>		<b>2014</b>		<b>2015</b>	
	<b>Valor</b>	<b>Part.% no total</b>	<b>Valor</b>	<b>Part.% no total</b>	<b>Valor</b>	<b>Part.% no total</b>
Máquinas mecânicas	2.541	37,8%	2.261	35,8%	1.678	35,9%
Máquinas elétricas	473	7,0%	523	8,3%	399	8,5%
Automóveis	686	10,2%	533	8,4%	380	8,1%
Farmacêuticos	381	5,7%	464	7,4%	297	6,4%
Instrumentos de precisão	249	3,7%	265	4,2%	235	5,0%
Químicos orgânicos	234	3,5%	218	3,5%	221	4,7%
Obras de ferro ou aço	287	4,3%	241	3,8%	182	3,9%
Plásticos	244	3,6%	223	3,5%	174	3,7%
Diversos inds químicas	119	1,8%	105	1,7%	85	1,8%
Borracha	107	1,6%	104	1,6%	75	1,6%
<b>Subtotal</b>	<b>5.321</b>	<b>79,2%</b>	<b>4.937</b>	<b>78,2%</b>	<b>3.726</b>	<b>79,7%</b>
<b>Outros produtos</b>	<b>1.398</b>	<b>20,8%</b>	<b>1.375</b>	<b>21,8%</b>	<b>949</b>	<b>20,3%</b>
<b>Total</b>	<b>6.719</b>	<b>100,0%</b>	<b>6.312</b>	<b>100,0%</b>	<b>4.675</b>	<b>100,0%</b>

Elaborado pelo MRE/DPR/DIC - Divisão de Inteligência Comercial, com base em dados do MDIC/SECEX/Aliceweb, Janeiro de 2016.

Fonte: MRE, DPR, DIC (2016).

#### 4.3.2 Balança comercial italiana no período entre 1999 e 2014

O intercâmbio comercial com o Brasil apresentou um valor de US\$ 10,78 bilhões no ano de 2012. As importações na Itália do Brasil foram de US\$ 4,58 bilhões e as exportações da Itália para o Brasil registraram US\$ 6,2 bilhões.

Já o intercâmbio comercial com o Brasil nos seis primeiros meses de 2013 alcançaram aproximadamente US\$ 7,26 bilhões. As importações na Itália do Brasil foram de US\$ 2,75 bilhões e as exportações da Itália para o Brasil registraram US\$ 4,5 bilhões, valor abaixo de 2012 porém considerando apenas seis meses de 2013.

A tabela abaixo destaca as exportações e importações entre Brasil e Itália de 2008 a 2012. Observa-se que a cada ano as exportações da Itália para o Brasil aumentaram (MRE, 2014).

Tabela 4 - Exportações e importações Brasil/Itália – 2008 - 2012 (US\$ bilhões)

	Exportações da Itália para o Brasil	Importações na Itália para o Brasil
2008	US\$ 4,6	US\$ 4,7
2009	US\$ 3,6	US\$ 3,1
2010	US\$ 4,8	US\$ 4,2
2011	US\$ 6,2	US\$ 5,4
2012	US\$ 6,2	US\$ 4,5

Fonte: MRE (2014).

A figura abaixo apresenta a evolução do comércio exterior da Itália. Nas exportações obteve-se uma variação de 42,0% do ano de 2005 a 2014, nas importações 23,2% e o intercâmbio comercial 32,4%.

Figura 8 – Evolução do comércio exterior da Itália.

<b>Evolução do comércio exterior da Itália</b>							
<b>US\$ bilhões</b>							
<b>Anos</b>	<b>Exportações</b>		<b>Importações</b>		<b>Intercâmbio comercial</b>		<b>Saldo comercial</b>
	<b>Valor</b>	<b>Var. % em relação ao ano anterior</b>	<b>Valor</b>	<b>Var. % em relação ao ano anterior</b>	<b>Valor</b>	<b>Var. % em relação ao ano anterior</b>	
2005	373	5,5%	385	8,3%	758	6,9%	-12
2006	417	11,9%	443	15,0%	860	13,5%	-25
2007	500	19,9%	512	15,6%	1.012	17,7%	-12
2008	542	8,3%	561	9,6%	1.103	9,0%	-19
2009	406	-25,0%	415	-26,1%	821	-25,5%	-8
2010	447	9,9%	487	17,4%	934	13,7%	-40
2011	523	17,1%	559	14,8%	1.082	15,9%	-36
2012	502	-4,2%	489	-12,5%	991	-8,5%	12
2013	518	3,3%	479	-2,0%	997	0,7%	39
2014	530	2,2%	474	-1,1%	1.004	0,6%	55
2015(jan-out)	384	-14,1%	345	-14,1%	728	-14,1%	39
<b>Var. % 2005-2014</b>	<b>42,0%</b>	<b>--</b>	<b>23,2%</b>	<b>--</b>	<b>32,4%</b>	<b>--</b>	<b>n.c.</b>

Elaborado pelo MRE/DPR/DIC - Divisão de Inteligência Comercial, com base em dados da UN/UNCTAD/ITC/TradeMap, January 2016.  
(n.c.) Dado não calculado, por razões específicas.

Fonte: MRE, DPR, DIC (2016).

A figura a seguir traz a direção das exportações da Itália, tendo como primeiro lugar a Alemanha com 12,6% de participação, logo após, os Estados Unidos com 7,5% entre outros, o Brasil está 19ª posição com participação de 1,2%.

Figura 9 – Direção das exportações da Itália.

<b>Direção das exportações da Itália</b>		
<b>US\$ bilhões</b>		
<b>Países</b>	<b>2 0 1 4</b>	<b>Part.% no total</b>
Alemanha	66,6	12,6%
Estados Unidos	39,5	7,5%
Reino Unido	27,8	5,2%
Suíça	25,3	4,8%
Espanha	23,9	4,5%
Bélgica	17,5	3,3%
China	13,9	2,6%
Polônia	13,7	2,6%
Turquia	12,9	2,4%
Rússia	12,6	2,4%
...		
<b>Brasil (19ª posição)</b>	<b>6,2</b>	<b>1,2%</b>
<b>Subtotal</b>	<b>260,1</b>	<b>49,1%</b>
<b>Outros países</b>	<b>269,4</b>	<b>50,9%</b>
<b>Total</b>	<b>529,5</b>	<b>100,0%</b>

Elaborado pelo MRE/DPR/DIC - Divisão de Inteligência Comercial, com base em dados da UN/UNCTAD/ITC/TradeMap, January 2016.

Fonte: MRE, DPR, DIC (2016).

Na figura 10 apresenta as origens das importações da Itália, tendo em primeiro lugar a Alemanha com 15,2% de participação e o Brasil na 24ª posição com 0,9% de participação.

Figura 10 – Origem das importações da Itália.

<b>Origem das importações da Itália</b>		
<b>US\$ bilhões</b>		
<b>Países</b>	<b>2 0 1 4</b>	<b>Part. % no total</b>
Alemanha	72,2	15,2%
França	40,9	8,6%
China	33,3	7,0%
Países Baixos	27,6	5,8%
Rússia	22,9	4,8%
Espanha	22,9	4,8%
Bélgica	20,0	4,2%
Estados Unidos	16,6	3,5%
Suíça	13,8	2,9%
Reino Unido	13,7	2,9%
...		
<b>Brasil (24ª posição)</b>	<b>4,1</b>	<b>0,9%</b>
<b>Subtotal</b>	<b>288,1</b>	<b>60,8%</b>
<b>Outros países</b>	<b>185,9</b>	<b>39,2%</b>
<b>Total</b>	<b>474,1</b>	<b>100,0%</b>

Elaborado pelo MRE/DPR/DIC - Divisão de Inteligência Comercial, com base em dados da UN/UNCTAD/ITC/TradeMap, January 2016.

Fonte: MRE, DPR, DIC (2016).

A figura 11 apresenta a composição das exportações da Itália e os principais grupos dos produtos exportados. Como podemos observar a maior parte das exportações estão em outros produtos não identificados com 42,3% de participação posteriormente vindo de exportações de máquinas mecânicas com 20,3% de participação.

Figura 11 – Composição das exportações da Itália.

<b>Composição das exportações da Itália</b>		
<b>US\$ bilhões</b>		
<b>Grupos de Produtos</b>	<b>2 0 1 4</b>	<b>Part.% no total</b>
Máquinas mecânicas	107,6	20,3%
Automóveis	38,5	7,3%
Máquinas elétricas	30,0	5,7%
Farmacêuticos	25,3	4,8%
Plásticos	21,6	4,1%
Obras de ferro ou aço	20,6	3,9%
Combustíveis	19,7	3,7%
Móveis	14,4	2,7%
Vestuário exceto de malha	14,2	2,7%
Ferro e aço	13,6	2,6%
<b>Subtotal</b>	<b>305,6</b>	<b>57,7%</b>
<b>Outros</b>	<b>224,0</b>	<b>42,3%</b>
<b>Total</b>	<b>529,5</b>	<b>100,0%</b>

Elaborado pelo MRE/DPR/DIC - Divisão de Inteligência Comercial, com base em dados da UN/UNCTAD/ITC/TradeMap, January 2016.

Fonte: MRE, DPR, DIC (2016).

A figura 12 apresenta as importações da Itália e os principais grupos dos produtos importados. A maior parte está em outros produtos com 38,8% de participação, em seguida com 16,3% estão os combustíveis.

Figura 12 – Composição das importações da Itália.

<b>Composição das importações da Itália</b>		
<b>US\$ bilhões</b>		
<b>Grupos de produtos</b>	<b>2 0 1 4</b>	<b>Part. % no total</b>
Combustíveis	77,5	16,3%
Máquinas mecânicas	43,2	9,1%
Automóveis	36,2	7,6%
Máquinas elétricas	32,7	6,9%
Farmacêuticos	21,5	4,5%
Plásticos	20,9	4,4%
Ferro e aço	19,0	4,0%
Químicos orgânicos	16,8	3,5%
Instrumentos de precisão	12,2	2,6%
Ouro e pedras preciosas	10,4	2,2%
<b>Subtotal</b>	<b>290,4</b>	<b>61,2%</b>
<b>Outros</b>	<b>183,7</b>	<b>38,8%</b>
<b>Total</b>	<b>474,1</b>	<b>100,0%</b>

Elaborado pelo MRE/DPR/DIC - Divisão de Inteligência Comercial, com base em dados da UN/UNCTAD/ITC/TradeMap, January 2016.

Fonte: MRE, DPR, DIC (2016).

#### 4.4 OS DESTAQUES DA RELAÇÃO COMERCIAL ENTRE BRASIL E ITALIA

O Brasil e a Itália possui uma relação comercial de 8,2 bilhões de Euros (2013), sendo a 20ª mais importante para os italianos e concentra-se entre os países da União Europeia, seguido por Estados Unidos e China. Para os brasileiros, porém, a Itália representa a 8ª maior corrente comercial, com uma quota de 2,24% sobre o comércio exterior total do país, atrás de China, Estados Unidos, Argentina, Alemanha, Holanda, Japão e Coréia do Sul (MRE, 2014).

Nos últimos anos o intercâmbio comercial entre Brasil e Itália foi de US\$ 10,78 bilhões. As exportações brasileiras para a Itália foram de US\$ 4,6 bilhões, enquanto as importações brasileiras originárias da Itália alcançaram o valor de US\$ 6,2 bilhões. A Itália foi o 8º principal destino das exportações brasileiras, em 2012 e o 7º principal fornecedor de bens ao Brasil, no mesmo ano. Os dados referentes ao ano de 2013 apontam um quadro de avanços e recuos (MRE, 2014).

No primeiro quadrimestre registrou-se uma suave queda das exportações brasileiras para a Itália em confronto ao mesmo período do ano anterior, no entanto que no mês de maio deu-se um crescimento resolutivo, (que chegou perto de 30%). Em maio de 2013 as exportações do Brasil para a Itália atingiram US\$ 414 milhões, durante maio de 2012 estavam um pouco mais de US\$ 316 milhões. Com relação às importações brasileiras originárias da Itália, nos primeiros oito meses de 2013, o valor comercializado foi US\$ 4,6 bilhões. Analisando o período de janeiro a agosto de 2012, quando o valor alcançado foi US\$ 4,1 bilhões, obteve-se um aumento de 9,71% (MRE, 2014).

Uma análise dos dados dos últimos anos retrata uma estabilidade na relação entre os dois países e, particularmente, um crescimento relevante e quase constante das exportações do Brasil para a Itália. As exportações italianas para o Brasil se acumulam nos setores nos quais o '*Made in Italy*' é tradicionalmente afirmado, a começar pela mecânica instrumental. Os produtos mais exportados da Itália para o Brasil em 2012 foram os acessórios para automóveis e tratores, as máquinas para embalagens, o carburante e os óleos lubrificantes. Em escala menor, encontra-se o setor farmacêutico, com produtos como as vacinas antimeningite ou os antibióticos. Neste tempo, houve também o aumento das exportações de outras partes e acessórios de carroçaria, que na classificação chegaram à primeira posição, e dos medicamentos, que passaram para o quinto lugar (MRE, 2014).

Com relação às importações italianas do Brasil, em 2012 a categoria de mercadorias mais interessada foi o café, que representou 13,2% do total das importações italianas do Brasil. A cota dos minerais de ferro também é considerada forte. Exclusivamente o ferro aglomerado cobre 12,6%, enquanto o ferro não aglomerado cobre uma cota de 10,8%. Outros produtos brasileiros importados pela Itália são o óleo de soja e o de amendoim, as carnes bovinas e as peles (MRE, 2014).

Entre janeiro e agosto de 2013 as importações italianas de café do Brasil registraram uma decadência em relação ao mesmo período do ano anterior, mostrando uma queda de 31,4%. No mesmo período houve o aumento das importações de minerais de ferro não aglomerado, que chegaram em primeiro lugar, e de soja (com exceção da sementeação), em quinto lugar (MRE, 2014).

Os principais produtos importados na Itália do Brasil são: outras misturas e preparados de gasolina, com exceção dos para a aviação; outras partes e

acessórios de carroçaria para veículos/automóveis; outras partes e acessórios para tratores e veículos; outras máquinas e equipamentos para embrulhar e embalar as mercadorias; óleos lubrificantes, sem aditivos; outras máquinas e equipamentos mecânicos com função própria; helicópteros de 2.000 kg  $\leq$  peso  $\leq$  3.500 kg, vazios; vacina contra meningite, em doses; outros remédios; litorinas (automotrizas), de fonte ext. de eletricidade (MRE, 2014).

Os principais produtos exportados são: café não torrado, não descafeinado, em grãos; minerais de ferro aglomerado e seus concentrados; minerais de ferro não aglomerado e seus concentrados; pasta química de madeira de n/conif. soda/sulfato, semibranqueada; outros aviões/veículos aéreos, peso  $\geq$  15.000 kg, vazios; bagaço e outros resíduos sólidos, da extração do óleo de soja; outros de couro bovino, incluídos búfalos, n/div. umid. plena flor; outros de couro/peles, int. bovinos, preparados, etc.; carnes desossadas de bovino, congeladas; blocos de cilindros, cabeçotes, etc. para motores diesel/semi (MRE, 2014).

Em 2012, o saldo do balanço de pagamentos bilateral foi superavitário em US\$ 19,4 bilhões. O estreitamento das relações entre os dois países tem contribuído para o aumento das vendas brasileiras de bens e serviços, obtendo resultados em saldos favoráveis ao Brasil nos últimos anos (MRE, 2014).

Durante o ano de 2012 os investimentos estrangeiros diretos (IDE) na América Latina, alcançaram o valor histórico de US\$ 173.045 milhões, com um aumento de 6,7% em relação a 2011. Este aumento pode ser atribuído principalmente ao crescimento econômico da área e do aumento dos preços das matérias primas nos mercados internacionais. O maior receptor de IDE da região é o Brasil. Mais especificamente, em 2012, os investimentos estrangeiros diretos foram de US\$ 65,3 bilhões. Em 2011, o valor foi de US\$ 66,7 bilhões, colocando o país em 5º lugar no ranking mundial. O fluxo consistente de IDE no Brasil foi rigorosamente correlacionado com dois elementos: o saldo positivo da economia brasileira, que tem um contínuo crescimento; e os investimentos ligados à construção e à reestruturação das infraestruturas relacionadas aos eventos programados para os próximos anos (como, em primeiro lugar, a copa do mundo de futebol de 2014 e, posteriormente, os jogos olímpicos de Rio de Janeiro de 2016) (MRE, 2014).

Os investimentos originam-se dos mercados financeiros internacionais (como Luxemburgo, Países Baixos, Islândia, etc.) e de um grupo de países liderado

pelos Estados Unidos e pelo Japão. Em 2012 os investimentos diretos líquidos da Itália para o Brasil foram de cerca de US\$ 436 milhões. Investimentos de certa consistência são provenientes de empresas de grande porte, como a Fiat. A empresa automobilística instalou em Betim, no estado de Minas Gerais, uma estrutura de produção, que tem uma extensão de 2,2 milhões de m<sup>2</sup> e emprega 20 mil trabalhadores. Além disso, a Fiat tem recentemente investido mais de R\$ 3 bilhões para a realização de outro estabelecimento no estado de Pernambuco. A instalação tem uma extensão de aproximadamente 12 milhões de m<sup>2</sup>. O início da produção está previsto para 2014 (MRE, 2014).

Nos últimos anos, as pequenas e médias empresas italianas (PMI) têm gradativamente focado sua atenção para o Brasil. As empresas italianas presentes hoje no Brasil, com uma estrutura comercial e/ou de produção, são 742. Os setores são múltiplos: desde a prestação de serviços (turísticos, de assistência técnica, de consultoria empresarial, de venda) até a produção de produtos semimanufaturados ou de produtos acabados. As razões pelos quais as empresas italianas desatam abrir uma sede comercial e/ou de distribuição no Brasil são particularmente o custo da mão-de-obra, que é tendencialmente mais baixo e a demanda de bens e serviços por parte dos consumidores está em crescimento. Os IDE em saída do Brasil, equivalentes a US\$ 5 bilhões, se concentram sobretudo no mesmo continente americano. Para a Itália vão cerca de US\$ 48,7 milhões, que são destinados a investimentos diretos em alguns setores como construção civil, cerâmica, mármore, granito, têxtil, mecânica, e em depósitos (participações societárias) (MRE, 2014).

O saldo da balança comercial entre os dois países, de 1,8 bilhões de euros a favor da Itália, contribui em 6,6% na formação do saldo da balança comercial italiana (MRE, 2014). As exportações italianas para o Brasil têm-se mantido num volume aproximadamente constante, permanecendo na casa dos 5,1 bilhões de euros (2013) e colocando o Brasil, com uma quota de 1,35% na 17ª posição entre os principais países-clientes dos italianos (MRE, 2014).

Cerca de 65% das exportações italianas para o Brasil compõem-se de produtos de elevado conteúdo tecnológico, previstos nos capítulos 84 (máquinas, aparelhos e instrumentos mecânicos), 85 (máquinas, aparelhos e material elétrico), 87 (veículos automóveis, tratores e afins) e 90 (instrumentos, aparelhos de óptica, fotografia e afins) da Nomenclatura Comum do Mercosul (NCM). Entre esses

elementos, destaca-se o grupo das máquinas e equipamentos que, sozinho, responde por 41,4% das exportações italianas para o Brasil (MRE, 2014).

Analisando esses dados sob a óptica do Brasil, as importações realizadas pelo país provenientes da Itália representam 2,8% das importações totais brasileiras (2013), colocando-a como 8º principal fornecedor do Brasil (2º mais importante na Europa, depois da Alemanha). No que diz respeito às importações italianas advindas do Brasil, com uma quota de 0,9%, ou o equivalente a 3,2 bilhões de euros (2013), os brasileiros figuram na 23ª posição entre os principais países fornecedores do país (MRE, 2014).

Aproximadamente 60,1% das importações italianas provenientes do Brasil são compostas por produtos classificados nos capítulos 26 (minérios), 41 (peles e couros), 09 (café chá e outras especiarias) e 47 (pasta de madeira e de outros materiais fibrosos) da NCM. Entre esses produtos, com 24,1% das importações italianas provenientes do Brasil, o grupo de maior relevância compõe-se de minério de ferro, dentro do qual o Brasil é disparado o principal fornecedor dos italianos (MRE, 2014).

Para os brasileiros, a Itália é o 13º principal cliente. As exportações que realiza para os italianos representam 1,7% das exportações brasileiras. Entre os países europeus, é o segundo principal mercado, depois da Alemanha (MRE, 2014).

#### 4.5 EVIDÊNCIAS DA INFLUÊNCIA DOS ASPECTOS CULTURAIS, POLÍTICOS E HISTÓRICOS NAS RELAÇÕES ENTRE BRASIL E ITÁLIA

Em se tratando dos aspectos culturais entre os dois países, pode-se destacar que ambos conhecem e estão cientes de suas semelhanças o suficiente para assim poder ter uma boa relação. O fato de um grande número de brasileiros visitarem ou até mesmo viverem na Itália e vice-versa, afirma o que foi dito acima. Atualmente, existem muitos brasileiros que vivem na Itália, de forma fixa, trabalham, constroem suas famílias, vivem normalmente, com um custo de vida mais acessível que no Brasil. Também é importante destacar a parceria da Itália com o Brasil, com um dos principais programas Ciência sem Fronteiras, onde mais de 2 mil brasileiros já estudaram em instituições italianas com bolsas de estudos e ainda, este número tem previsão de que atinja 6 mil nos próximos anos.

Para a elaboração do presente trabalho, além de pesquisas documentais e bibliográficas, também foi desenvolvido um questionário, enviado via *Google Docs* para pessoas da Itália para responderem o que conhecem, pensam, sabem a respeito do tema estudado. Foram entrevistados cerca de 40 pessoas, sendo elas pessoas italianas, brasileiros que vivem na Itália há algum tempo e italianos que visitaram o Brasil. As pessoas entrevistadas foram selecionadas por acessibilidade, sendo realizado o contato por meio de uma rede social, para pessoas de 20 à 60 anos. Abaixo segue algumas das perguntas feitas no questionário.

#### Quadro 9 – Resultados das entrevistas

(continua)

<b>Pergunta</b>	<b>Resultados</b>	<b>Análise</b>
Quanto você fala a língua portuguesa?	- 2, 3, 4, 5 (4) - 8 (2) - 9 (2) -10 ( 2)	Analisando as respostas obtidas apenas 6 pessoas falam a língua portuguesa.
Você possui alguma relação com o Brasil?	- Amigos (1) - Familiares (4) - Relações comerciais de exportação (1) - Turismo (1)	A maior parte possui relações com o Brasil através de familiares. Apesar de apenas uma pessoa possuir relações através de exportação, isto é muito importante para a relação entre ambos.
Você importa produtos do Brasil?	- Sim, setor alimentício (1)	Apenas uma pessoa importa produtos do Brasil do setor alimentício, como doces.
Você exporta produtos para o Brasil?	- Sim, alimentício (1) - Máquinas para produção de pincéis (1)	Apenas uma pessoa exporta produtos da Itália para o Brasil do setor alimentício, como queijos e massas. Outra exporta máquinas para produção de pincéis.

Quadro 9 – Resultados das entrevistas

(continuação)

Pergunta	Resultados	Análise
<p>Quando você pensa no Brasil quais as principais impressões a respeito de:</p> <p>Cultura, Sociedade, Maneira de fazer negócios, Turismo, Educação, Política.</p>	<p>- Cultura: Carnaval (1) Um povo com diversas culturas, que assemelham com a Itália pela grande quantidade de imigrantes italianos (1) Multiculturais (2) Multiétnicos (2) - Sociedade: desigualdade social (1) Dividida entre ricos e pobres (2) Sociedade jovens (1) É diversificada devido ao vasto território brasileiro, mistura de etnias e forte influência da colonização europeia (1) Mesmo com tantos problemas levam a vida feliz (1) - Maneira de fazer negócios: um país de grandes negociações porém, no futuro (1) Crescimento positivo (1) País com grandes profissionais (1) - Turismo: Lugares maravilhosos, porém, muitos com imensa falta de infraestrutura (1) Vários lugares bonitos, outros lugares também porém não conhecidos por falta de infraestrutura (1) Especialmente desenvolvido para zonas marinhas, alta presença de beleza natural (1) Grandes recursos, poucos utilizados (1) Um setor que está em crescimento, ajudando na economia do país (1) - Educação: não suficiente para um país tão grande (1) Aproxima-se à educação europeia (1) O ensino médio está um pouco atrás de outros países. No nível universitário, muito boas universidades, porém, preços muito altos (1) Precisa de melhorias (1) - Política: corrupção (2) Pobre (1) Nos últimos anos tem faltado respeito com o povo, iludiu os pobres, afundou um país rico e belo, devido à mal governo (1) Péssimos resultados (1)</p>	<p>Analisando as respostas obtidas desta pergunta, observa-se que as pessoas conhecem as relações e cultura do Brasil. Como podemos perceber, as informações obtidas são</p>
<p>Você poderia citar fatos históricos que envolvem a Itália e o Brasil?</p>	<p>- Imigração (6) - Emigração (2)</p>	<p>As pessoas estão cientes de que os fatos históricos originam-se das imigrações e emigrações.</p>
<p>Você acredita que os laços históricos entre a Itália e o Brasil podem influenciar nas relações e nos negócios internacionais? De que forma?</p>	<p>Laços históricos podem causar acordos diplomáticos, podem proibir ou atrasar negócios entre os países (1) Compreendida pelo laço cultural semelhante (1)</p>	<p>As pessoas acreditam que podem haver laços históricos através da semelhança cultural ou que outros de certa forma podem criar problemas nos negócios.</p>

Quadro 9 – Resultados das entrevistas

(conclusão)

Pergunta	Resultados	Análise
Você poderia identificar semelhanças culturais entre o Brasil e Itália?	Algumas comidas e grandes trabalhadores são semelhantes (1) Em alguns aspectos, sim, tendo em vista que muitos italianos imigraram para o Brasil em busca de fortuna (1) Poucas. Talvez por raízes cristãs (1) Agricultura, política e o dialeto (1) A religião e a democracia podem ser algumas dessas semelhanças (1) No Brasil há muitas pessoas de origem italiana e o intercâmbio cultural é facilitado por relações familiares (1)	Com relação às respostas obtidas desta pergunta, as pessoas conhecem as origens das semelhanças culturais entre Brasil e Itália.
O que você considera fundamental em um processo de negociação entre pessoas de países diferentes?	Respeito (3) Conhecer os impostos do outro país (1) Honrar com as promessas (1) Não enfrentar a concorrência sobre os mesmos produtos. Necessidade de especializar e identificar produtos (1) Acordo (1) Confiança (1)	Os pesquisadores estão cientes de como o respeito é fundamental em um processo de negociação. Não só em negociações mas, no dia-a-dia.
Qual a imagem que as pessoas do seu país têm dos brasileiros?	Pessoas alegres que dançam samba, e jogam futebol o dia inteiro (1) País onde é fácil encontrar entretenimento e diversão (1) Povo alegre, jovem (1) Festas, mulheres, praias, favelas, futebol (1) Facilidade em interagir com as pessoas (1)	As pessoas conhecem como são os brasileiros a partir do conhecimento da cultura e das relações entre os países.
Existe algum gesto corporal ou sinal que represente negatividade em uma conversa de trabalho? Qual?	Arrogância (1) Não olhar nos olhos (1) Alterar a voz em uma conversa (1)	Os gestos citados nas respostas são os que mais representam negatividade em uma conversa de trabalho mediante uma visão cultural.
Existem expressões de linguagem que são proibidas em um contato de trabalho? Cite exemplos.	Sim, palavrões (5)	Analisando as culturas e relações entre os países, as pessoas estão cientes de que palavrões são extremamente proibidos em um contato de trabalho.
Quem deve tomar a iniciativa das apresentações pessoais em um primeiro contato?	O interessado na negociação (5)	A resposta obtida desta pergunta é que o dever de tomar a iniciativa em uma negociação é do interessado na mesma.

Fonte: Elaborado pela pesquisadora, (2016).

Analisando os resultados do questionário tem-se uma visão de que as pessoas através de seus conhecimentos sejam eles via internet, televisão, rádio ou outros meios de comunicação possuem informações que os fazem entender mais sobre o Brasil e a Itália.

É importante também destacar alguns dados que ajudaram como entender a importância do Brasil para as empresas italianas pois entre 2003 e 2014 o intercâmbio bilateral cresceu 185%. A Itália, tendo uma participação no mercado de 2,75% ainda é o segundo fornecedor europeu do Brasil. As exportações possuem mais de 50% de produtos com alto valor agregado, como componentes para a indústria automotiva, máquinas de embalagem, helicópteros, vacinas, produtos terapêuticos e barcos a motor. A moda e o luxo no Brasil tornaram-se segmentos muito importantes após ter experimentado um fenômeno único de crescimento da classe média (atualmente mais dos 57% da população) (VINCENZO, 2016).

Analisando os dados dos últimos anos observa-se que as exportações do Brasil para a Itália obtiveram um crescimento muito importante e a relação entre eles é estável. Em se tratar das exportações italianas para o Brasil, os setores mais desejados se acumulam onde a origem dos mesmos é tradicionalmente afirmado, partindo pela mecânica instrumental. Em meio a tantos produtos mais exportados da Itália para o Brasil, destacam-se os acessórios para automóveis e tratores, as máquinas para embalagens, o carburante e os óleos lubrificantes. Ainda falando das exportações da Itália para o Brasil, porém, com um número menor, encontra-se o setor farmacêutico.

Outro ponto importante é a balança comercial, que é o índice econômico que descreve a relação entre o total de exportações e importações de bens e serviços de um país em determinado período. Quando o total de exportações de bens e serviços for superior ao total de importações, registra-se um superávit no saldo da balança comercial. Se o país está exportando mais bens e serviços do que importando, isso apresenta um fator positivo na economia do país, podendo ser usado em investimentos no próprio sistema econômico. Por outro lado, quando o país importa mais do que exporta, isso apresenta um déficit no saldo da balança comercial, este resultado negativo gera prejuízo, podendo ser coberto pelas reservas financeiras.

A relação comercial entre o Brasil e a Itália possui 8,2 bilhões de euros (2013), ocupando a 20ª posição mais importante para os italianos. Já para o Brasil, a Itália representa a 8ª maior corrente comercial, com uma quota de 2,24% sobre o comércio exterior total do país. Analisando os dados, as importações realizadas através da Itália representam 2,8% das importações totais brasileiras (2013), ocupando o 8º principal fornecedor do Brasil. A respeito das importações

italianas vindas do Brasil, com uma quota de 0,9% das importações total da Itália, ou o equivalente a 3,2 bilhões de euros (2013), os brasileiros figuram na 23ª posição entre os principais países fornecedores do país.

Cerca de 60,1% das importações italianas provenientes do Brasil são compostas por produtos classificados como minérios, peles e couros, café chá e outras especiarias, e pasta de madeira e de outros materiais fibrosos. Entre esses produtos, com 24,1% das importações italianas provenientes do Brasil, o grupo de maior relevância compõe-se de minério de ferro, dentro do qual o Brasil é disparado o principal fornecedor dos italianos. Para os brasileiros, a Itália é o 13º principal cliente. As exportações que realiza para os italianos representam 1,7% das exportações brasileiras. Entre os países europeus, é o segundo principal mercado, depois da Alemanha.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com o objetivo geral de analisar as bases das relações comerciais entre Brasil e Itália, o presente trabalho buscou apontar as relações existentes entre esses países. Por meio de um estudo bibliográfico e documental foi possível buscar informações que contribuíram de forma importante para o tema estudado e, desta forma, também pode-se entender como são estabelecidas as relações comerciais entre os mesmos.

A metodologia utilizada foi adequada para obter as informações necessárias que pudessem fazer parte e alimentar o trabalho, obtendo um resultado relevante.

A relação comercial entre Brasil e Itália se estabelecem por meio de negociações, parcerias e semelhanças entre os mesmos. A cultura é um dos aspectos importantes para esta relação, pois, como visto anteriormente, existem vários brasileiros que vivem na Itália e vice-versa, seja por emprego, estudos, negócios ou turismo, o número é considerável. Não somente a cultura afeta as relações, mas também a política e os acordos contribuem, afirmando isso através de acordos assinados como os acordos de Imigração entre a Itália e a República Federativa do Brasil; Acordo com o Instituto da Previdência Social Brasileiro, para conceder os pagamentos das prestações previdenciárias brasileiras nas contas correntes pessoais dos aposentados junto a um instituto bancário italiano por eles indicado sem nenhum custo adicional; Acordo de Parceria Estratégica Itália-Brasil assinado em Washington, que envolve também outros setores como indústria, finanças, turismo, energia e defesa.

Existem cerca de 890 filiais de empresas e instalações de produção italianas em operação no Brasil. Essas empresas empregam mais de meio milhão de trabalhadores (VINCENZO, 2016). Estes investimentos italianos estão localizados nos Estados do Sul e Sudeste do Brasil, sendo a maior parte concentradas no Estado de São Paulo. Estudos estão sendo analisados para entrar também no Nordeste e no Centro-Oeste, basicamente em Estados relativamente menos desenvolvidos, mas com taxas de crescimento mais elevadas do que o resto do país e que, portanto, têm maiores oportunidades.

Outro ponto importante entre os países são as exportações do Brasil para a Itália que se concentram em principais grupos de produtos como pastas de

madeira, café, peles e couros entre outros. Já as importações feitas pelo Brasil estão concentradas em máquinas mecânicas, máquinas elétricas, automóveis entre outros. As exportações da Itália centralizam-se mais em máquinas mecânicas, automóveis e máquinas elétricas, porém o Brasil encontra-se na 19ª posição das direções das exportações. Já as importações estão centralizadas mais em combustíveis, máquinas mecânicas e automóveis e o Brasil na 24ª posição. Por isso conclui-se que estes fatores possuem um potencial e acredita-se ainda na expansão de grandes negócios (MRE, 2014).

Algumas limitações foram encontradas durante a construção deste trabalho, como a dificuldade das pessoas responderem o questionário aplicado para a pesquisa. Sugere-se para futuros trabalhos que aprofundem mais estas questões culturais e históricas envolvendo os dois países.

Assim, afirma-se que o presente trabalho alcançou os objetivos que foram propostos. Conclui-se que o Brasil e a Itália possuem uma importante relação comercial, podendo ainda ser fortalecida, a depender do aprofundamento das relações diplomáticas e das aproximação dos povos dos dois países.

## REFERÊNCIAS

ADVFN, Brasil: **Portal de investimentos em ações da bolsa de valores do Brasil, com cotações da Bovespa e BM&F**. 2016. Disponível em: < <http://br.advfn.com/indicadores/balanca-comercial>>. Acesso em: 15 mar. 2016.

ALMEIDA, Paula Wojcikiewicz. Revista do programa de direito da união europeia: **módulo europeu do Programa Jean Monnet da FGV DIREITO RIO**. n.4 (2015) Rio de Janeiro: FGV DIREITO RIO, 2015. 192 p. Disponível em: < <https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/13711/Revista%20do%20Programa%20de%20Direito%20da%20Uni%C3%A3o%20Europeia%20-%20n%C3%BAmero%204.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 16 out. 2015

BANDEIRA, Luiz Alberto Moniz. O Brasil como potência regional e a importância estratégica da América do Sul na sua política exterior. **Revista Espaço Acadêmico**, São Paulo, n. 91, 2008. Disponível em <<http://www.espacoacademico.com.br/091/91bandeira.htm>>. Acesso em: 17 out. 2015.

BARRAL, Welber. **Protecionismo e neoprotecionismo no comércio internacional**. In: O Brasil e o Protecionismo. São Paulo: Aduaneiras, 2002. 269 p. cap. 1, p.13-38.

BERTO, André Rogério. **BARREIRAS AO COMÉRCIO INTERNACIONAL**. 2004. 14 f. Tese (Doutorado) - Curso de Comercio Exterior, Universidade Estadual de Londrina (uel) e Universidade Estadual de Maringá (uem), Londrina, 2004.

BRASIL. Ministério das Relações Exteriores. Divisão de Inteligência Comercial. **Como Exportar**: Itália. Ministério das Relações Exteriores. Brasília: MRE, 2014. Disponível em: <<http://www.brasilexport.gov.br/sites/default/files/publicacoes/comoExportar/CEXItalia.pdf>>. Acesso em: 04 set. 2015.

\_\_\_\_\_. Ministério das Relações Exteriores. Divisão de Inteligência Comercial. **Barreiras comerciais – DEINT**, 2016. Disponível em <<http://www.desenvolvimento.gov.br/sitio/interna/interna.php?area=5&menu=733>>. Acesso em: 8 maio 2016.

\_\_\_\_\_. **Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial – INMETRO**. 2012. Disponível em: < <http://www.inmetro.gov.br/barreirastecnicas/barreirastecnicas.asp>>. Acesso em: 01 maio 2016.

\_\_\_\_\_. Sistema consular integrado. Sistemas atos internacionais. 2016. Disponível em < [http://dai-mre.serpro.gov.br/pesquisa\\_ato\\_bil](http://dai-mre.serpro.gov.br/pesquisa_ato_bil)>. Acesso em 07 maio 2016.

CASTRO, José Augusto de. **Exportação: aspectos práticos e operacionais**. 4. Ed. São Paulo: Aduaneiras, 2001.

COSTA, Wanderley Messias da. **Geografia política e geopolítica**. São Paulo: Edusp, 2008.

DELGADO GÓMEZ-ESCALONILLA, Lorenzo. El Factor Cultural En Las Relaciones Internacionales: Una Aproximación A Su Analisis Historico. Espanha, Revista Española de Historia, Vol. 54, 1994.

FARO, Ricardo; FARO, Fátima. **CURSO DE COMERCIO EXTERIOR: Visão e Experiência Brasileira**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

GOMES, A.M. R. Aprender a cultura. In: Loureiro, Maria Helena Mourão; Figueiredo, Betânia Gonçalves. (Org.). Cultura e Educação: parceria que faz história. Belo Horizonte: Mazza Edições; Instituto Cultural Flávio Gutierrez, 2007, v. 1, p. 29-43.

GUANAIS, Carla. Brasileiros nos quatro cantos do planeta. **Brasileiros na Itália**. 2012. Disponível em: < <https://blogbrasilcomz.com/2012/06/26/brasileiros-na-italia/>>. Acesso em: 03 set. 2015.

KEEDI, Samir. **ABC do comercio exterior: abrindo as primeiras páginas**. 3. Ed. São Paulo: Aduaneiras, 2004.

\_\_\_\_\_. **ABC do comercio exterior: abrindo as primeiras páginas**. 3. Ed. São Paulo: Aduaneiras, 2007.

KINOSHITA, Fernando; AYDOS, Elena de Lemos Pinto. O sistema multilateral de comércio e o caso das barreiras tarifárias e não-tarifárias. In: Âmbito Jurídico, Rio Grande, XI, n. 60, dez 2008. Disponível em: < [http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?artigo\\_id=5913&n\\_link=revista\\_artigos\\_leitura](http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?artigo_id=5913&n_link=revista_artigos_leitura) >. Acesso em maio 2016.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. Metodologia do trabalho científico: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2014.

LUDOVICO, Nelson. Exportação: você está preparado? São Paulo: Editora STS, 2008.

MALUF, Sâmia Nagib. **Administrando o Comércio Exterior do Brasil**. São Paulo: Aduaneiras, 2000. 304 p.

MATTOS, Carlos de Meira. **Brasil, geopolítica e destino**. Rio de Janeiro, Biblioteca do Exército, J. Olympio, 1975.

MESQUITA, De Paulo Estivallet. A organização mundial do comércio. Brasília, 2013. Disponível em: <[http://funag.gov.br/loja/download/1081-Organizacao\\_Mundial\\_do\\_Comercio.pdf](http://funag.gov.br/loja/download/1081-Organizacao_Mundial_do_Comercio.pdf)>. Acesso em: 8 maio 2016.

MRE, DPR, DIC. Itália. **Como exportar**. 2016. Disponível em: <http://www.investexportbrasil.gov.br/sites/default/files/publicacoes/indicadoresEconomicos/INDItalia.pdf>. Acesso em: 15 mar. 2016.

NAKAYAMA, Juliana Kiyosen. Comércio de Serviços e Barreiras Tarifárias na OMC. In: TÔRRES, Heleno Taveira (Org.) **Comércio Internacional e Tributação**. São Paulo: Quartier Latin, 2005.

RÊGO, Elba Cristina Lima. Do Gatt à OMC: **O que Mudou, como Funciona e para onde Caminha o Sistema Multilateral de Comércio**. 1996. Disponível em: <[http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes\\_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/revista/gatt.pdf](http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/revista/gatt.pdf)>. Acesso em: 18 out. 2015.

SAMPIERI, Roberto Hernandez; COLLADO, Carlos Fernandez; LUCIO, Pilar Baptista. **Metodologia de pesquisa**. 3. ed São Paulo: McGraw-Hill, 2006. 583p.

SECEX. União Europeia, 2016. Disponível em <[http://www.desenvolvimento.gov.br/arquivos/dwnl\\_1196773199.pdf](http://www.desenvolvimento.gov.br/arquivos/dwnl_1196773199.pdf)>. Acesso em: 7 maio 2016.

STRENGER, I. **Contratos Internacionais do Comercio**. 4 ed. São Paulo: LTR, 2003.

VESENTINI, José William. **Novas geopolíticas**. São Paulo: Edition Contexto, 2008.

ZAMITH, Rosária. Working at Escola EB 2,3 Gil Vicente. 2014. Disponível em: <<http://pt.slideshare.net/fzamith/comrcio-internacional-31392513>>. Acesso em: 17 out 2015.

**APÊNDICE 1**

**QUESTIONÁRIO - A RELAÇÃO COMERCIAL ENTRE BRASIL E ITÁLIA**

## A RELAÇÃO COMERCIAL ENTRE BRASIL E ITÁLIA - RAPPORTI COMMERCIALI TRA IL BRASILE E L'ITALIA

Olá! Sou Talita Possamai, formanda do curso de Administração com habilitação em Comércio Exterior, na Universidade do Extremo Sul Catarinense - Criciúma, Brasil. Para a conclusão do curso estou desenvolvendo a minha monografia com o tema "A relação comercial entre Brasil e Itália", orientada pela professora Dra. Natália Martins Gonçalves. O objetivo do estudo é analisar as bases da relação comercial entre Brasil e Itália. Desta forma, solicito a gentileza da colaboração com este trabalho, destacando que será resguardado o anonimato das respostas, considerando que os resultados serão apresentados em forma de gráficos e tabelas consolidados. A pesquisa está organizada em questões de múltipla escolha, em escala de percepção de 0 a 10 (onde o 0 é o menos importante e o 10 é o mais importante) e dissertativas. Muito obrigada por sua colaboração.

Buongiorno. Mi chiamo Talita Possamai, laureanda del corso di Economia Aziendale con specializzazione in Commercio Estero dell'Università dell'Estremo Sud Catarinense ([www.unesc.net](http://www.unesc.net)) - della città di Criciuma, Brasile. Per la conclusione del mio corso sto scrivendo la tesi di laurea sul tema "I rapporti commerciali tra il Brasile e l'Italia", coordinata dalla

Prof.ssa Dr.ssa Natalia Martins Gonçalves. Lo scopo dello studio è quello di analizzare la base del rapporto commerciale tra i due paesi. Quindi, chiedo gentilmente che Lei possa rispondere al questionario in allegato. Risalto che sarà risguardato e custodito l'anonimato delle risposte custodita l'anonimato delle risposte, mentre i risultati saranno presentati tramite in grafici e tabelle consolidate. La ricerca è organizzata in domande a scelta multipla, in scala percezione da 0 a 10 (dove 0 è il meno importante e il 10 è il più importante) e saggio. Grazie della vostra collaborazione.

\*Obrigatório

### 1. Gênero - Sesso \*

Marcar apenas uma oval.

- Feminino - Femminile  
 Masculino - Maschile

### 2. Qual sua faixa etária? - Quanti anni hai? \*

Marcar apenas uma oval.

- 17-20 anos(anni)  
 21-25 anos(anni)  
 26-30 anos(anni)  
 31-35 anos(anni)  
 36-40 anos(anni)  
 41-50 anos(anni)  
 Mais de 50 anos - più di 50 anni

16/05/2016

A RELAÇÃO COMERCIAL ENTRE BRASIL E ITÁLIA - RAPPORTI COMMERCIALI TRA IL BRASILE E L'ITALIA

**3. Grau de escolaridade - Educazione \****Marcar apenas uma oval.*

- Até o ensino médio - Scuole superiore
- Graduação - Laurea
- Especialização -Specializzazione
- Mestrado - Master
- Doutorado - Dottorato

**4. Formação - Formazione \***

.....

**5. Qual o seu ramo de atividade? - Qual è la vostra linea di business? \***

.....

**6. Ocupação - Occupazione \****Marcar apenas uma oval.*

- Somente estudante - Studente
- Autônomo - Autonomo
- Diretor - Direttore
- Técnico - Tecnico
- Analista - Analista
- Supervisor - Supervisore
- Outro: .....

**7. Qual a sua nacionalidade? - Qual è la sua nazionalità? \***

.....

**8. Aonde você reside? - Dove habita? \***

.....

**9. A quanto tempo você vive na Itália? - Da quanto tempo vivi in Italia? \***

.....

**10. Você possui algum laço cultural com o Brasil? - Hai alcuni legami culturali con il Brasile? \****Marcar apenas uma oval.*

- Sim - Sì
- Não - No

16/05/2016

A RELAÇÃO COMERCIAL ENTRE BRASIL E ITÁLIA - RAPPORTI COMMERCIALI TRA IL BRASILE E L'ITALIA

## 11. Poderia especificar? - Può specificare? \*

.....

## 12. Quanto você fala a língua portuguesa? - Quanto parli il portoghese? \*

*Marcar apenas uma oval.*

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## 13. Você possui alguma relação com o Brasil? - Hai qualche rapporto con il Brasile? \*

*Marcar apenas uma oval.*

- Turismo - Turismo
- Amigos - Amici
- Familiares - Famiglia
- Estudos - Studi
- Participa de negociações a partir da Itália - Partecipa di trattative coordinate dalla Italia
- Visitas a trabalho - Visite di lavoro
- Relações comerciais de importação - Rapporti commerciali di importazioni
- Relações comerciais de exportação - Rapporti commerciali di esportazioni
- Possui negócios no Brasil - Ha attività in Brasile
- Residiu no Brasil a trabalho - Ha vissuto in Brasile per lavorare
- Residiu no Brasil a estudo ou outras relações - Ha vissuto in Brasile per studiare o altre relazioni
- Outros - Altro

## 14. Como se estabeleceram as suas relações com o Brasil? - Come se è stabilita la sua relazione con il Brasile? \*

.....

.....

.....

.....

.....

## 15. Você importa produtos do Brasil? - Importi prodotti dal Brasile? \*

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim - Sì
- Não - No

16/05/2016

A RELAÇÃO COMERCIAL ENTRE BRASIL E ITÁLIA - RAPPORTI COMMERCIALI TRA IL BRASILE E L'ITALIA

16. Se sim, qual setor? - Se si, quale settore?

.....

.....

.....

.....

.....

17. Se sim, qual produto? - Se si, quale prodotto?

.....

.....

.....

.....

.....

18. Você exporta produtos para o Brasil? - Esporti prodotti in Brasile ? \*

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim - Si
- Não - No

19. Se sim, qual setor? - Se si, quale settore?

.....

.....

.....

.....

.....

20. Se sim, qual produto? - Se si, quale prodotto?

.....

.....

.....

.....

.....

**Quando você pensa no Brasil quais as principais impressões a respeito de: - Quando pensi nel Brasile, qualle sono le sue impressione a riguardo di:**

---

16/05/2016

A RELAÇÃO COMERCIAL ENTRE BRASIL E ITÁLIA - RAPPORTI COMMERCIALI TRA IL BRASILE E L'ITALIA

**21. Cultura - Cultura \***

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

**22. Sociedade - Società \***

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

**23. Maneira de fazer negócios - Modo di fare business \***

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

**24. Turismo - Turismo \***

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

**25. Educação - Educazione \***

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

16/05/2016

A RELAÇÃO COMERCIAL ENTRE BRASIL E ITÁLIA - RAPPORTI COMMERCIALI TRA IL BRASILE E L'ITALIA

**26. Política - Política \***

.....

.....

.....

.....

.....

**27. Você poderia citar fatos históricos que envolvem a Itália e o Brasil? - Si potrebbe citare fatti storici che coinvolgono l'Italia e il Brasile ? \***

.....

.....

.....

.....

.....

**28. Você acredita que os laços históricos entre a Itália e o Brasil podem influenciar nas relações e nos negócios internacionais? - Credi che i legami storici tra Italia e Brasile possono influenzare nelle relazioni e business internazionale ? \****Marcar apenas uma oval.* Sim - Sì Não - No**29. De que forma? - Come? \***

.....

.....

.....

.....

.....

**30. Você poderia identificar semelhanças culturais entre o Brasil e Itália? - Si potrebbe identificare similitudini culturali tra Brasile e Italia? \***

.....

.....

.....

.....

.....

16/05/2016

A RELAÇÃO COMERCIAL ENTRE BRASIL E ITÁLIA - RAPPORTI COMMERCIALI TRA IL BRASILE E L'ITALIA

**31. Você acredita que as heranças culturais entre a Itália e o Brasil podem influenciar nas relações e nos negócios internacionais? - Credi che Il Patrimonio Culturale tra Italia e Brasile possono influenzare le relazioni e business internazionale ? \***

*Marcar apenas uma oval.*

Sim - Sì

Não - No

**32. Se sim, de que forma? - Se si, come?**

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

**33. Você poderia identificar semelhanças políticas entre o Brasil e Itália? - Si potrebbe individuare analogie politiche tra il Brasile e l'Italia? \***

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

**34. Qual a sua percepção com relação as relações de negócios entre o Brasil e Itália? Você acredita na possibilidade de expansão dessas relações? - Qual è la sua percezione circa i rapporti commerciali tra il Brasile e l'Italia? Credi nella possibilità di espansione di questi rapporti? \***

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

**35. De que forma? - Come? \***

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

16/05/2016

A RELAÇÃO COMERCIAL ENTRE BRASIL E ITÁLIA - RAPPORTI COMMERCIALI TRA IL BRASILE E L'ITALIA

36. **Quais ações seriam necessárias (por parte do governo, por parte das empresas, ou da sociedade)? - Quali azioni sarebbe necessario ( da parte del governo , da parte delle imprese o società )? \***

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

37. **Qual o grau de satisfação com as negociações entre Brasil e Itália? - Qual è il suo grado di soddisfazione per le trattative tra il Brasile e l'Italia? \***

*Marcar apenas uma oval.*

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

38. **O que você considera fundamental em um processo de negociação entre pessoas de países diferentes? - Cosa consideri essenziale in un processo di negoziazione tra persone di paesi diversi? \***

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

**O quanto você considera importante em uma relação pessoal entre pessoas de países diferentes os seguintes aspectos: - Cosa consideri importanti in un rapporto personale di paesi diversi i seguenti aspetti:**

39. **O conhecimento da cultura - La conoscenza della cultura \***

*Marcar apenas uma oval.*

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

40. **Falar o seu idioma - Parlare la vostra lingua \***

*Marcar apenas uma oval.*

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

16/05/2016

A RELAÇÃO COMERCIAL ENTRE BRASIL E ITÁLIA - RAPPORTI COMMERCIALI TRA IL BRASILE E L'ITALIA

**41. Conhecer os hábitos alimentares e gastronomia - Conoscere le abitudini alimentare e la gastronomia \***

*Marcar apenas uma oval.*

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**42. A pontualidade - Puntualità \***

*Marcar apenas uma oval.*

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**43. Hábitos de vestimenta - Il modo di vestirsi \***

*Marcar apenas uma oval.*

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**44. Relacionamento pessoal (amizade, etc.) - Rapporto personale (amicizia, etc.) \***

*Marcar apenas uma oval.*

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**45. Educação formal (graduação, etc.) - Istruzione formale (laurea, etc.) \***

*Marcar apenas uma oval.*

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**46. Confiança - Fiducia \***

*Marcar apenas uma oval.*

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**O quanto você considera importante em uma relação de trabalho entre pessoas de países diferentes os seguintes aspectos: - O quanto consideri importante in un rapporto di lavoro tra persone di paesi diversi, i seguenti aspetti:**

16/05/2016

A RELAÇÃO COMERCIAL ENTRE BRASIL E ITÁLIA - RAPPORTI COMMERCIALI TRA IL BRASILE E L'ITALIA

**47. O conhecimento da cultura - La conoscenza della cultura \****Marcar apenas uma oval.*

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**48. Falar o seu idioma - Parlare la vostra lingua \****Marcar apenas uma oval.*

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**49. Conhecer os hábitos alimentares e gastronomia - Conoscere le abitudini alimentari e la gastronomia \****Marcar apenas uma oval.*

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**50. A pontualidade - Puntualità \****Marcar apenas uma oval.*

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**51. Hábitos de vestimenta - Il modo di vestirsi \****Marcar apenas uma oval.*

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**52. Relacionamento pessoal (amizade, etc.) - Rapporto personale (amicizia, etc.) \****Marcar apenas uma oval.*

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**53. Educação formal (graduação, etc.) - Istruzione formale (laurea, etc.) \****Marcar apenas uma oval.*

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

16/05/2016

A RELAÇÃO COMERCIAL ENTRE BRASIL E ITÁLIA - RAPPORTI COMMERCIALI TRA IL BRASILE E L'ITALIA

**54. Confiança - Fiducia \***

*Marcar apenas uma oval.*

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**55. Qual a imagem que as pessoas do seu país têm dos brasileiros? - Qual è l'immagine che le persone del suo paese hanno dei brasiliani? \***

.....

.....

.....

.....

.....

**56. Como você descreveria um brasileiro? - Come descriveresti un brasiliano? \***

.....

.....

.....

.....

.....

**57. Existe algum gesto corporal ou sinal que represente negatividade em uma conversa de trabalho? Qual? - C'è un linguaggio del corpo o segnale che rappresenta la negatività in un posto di lavoro? Quale? \***

.....

.....

.....

.....

.....

**58. Existem expressões de linguagem que são proibidas em um contato de trabalho? Cite exemplos. - Ci sono espressioni linguistiche che sono vietate in un rapporto lavorativo? Citare esempi. \***

.....

.....

.....

.....

.....

16/05/2016

A RELAÇÃO COMERCIAL ENTRE BRASIL E ITÁLIA - RAPPORTI COMMERCIALI TRA IL BRASILE E L'ITALIA

59. **Quem deve tomar a iniciativa das apresentações pessoais em um primeiro contato? - Chi dovrebbe prendere l'iniziativa delle convenevoli in un primo contatto? \***

.....

.....

.....

.....

.....

60. **Como a confiança é construída na sua cultura? - Come si costruisce la fiducia nella vostra cultura? \***

Marcar apenas uma oval.

- Racional/cognitiva - Razionale / cognitiva
- Afetiva/amizade - Affettivo / Amicizia

61. **Quanto uma pessoa pode demonstrar suas emoções em um ambiente de trabalho? - Quanto una persona può mostrare le sue emozioni in un ambiente di lavoro? \***

Marcar apenas uma oval.

1    2    3    4    5    6    7    8    9    10

62. **Quanto é importante em uma negociação a apresentação de gráficos, estatísticas, fluxogramas, quadros explicativos, etc...? - Quanto è importante una presentazione commerciale di grafica , statistiche, diagrammi di flusso, tabelle esplicative , ecc ...? \***

Marcar apenas uma oval.

1    2    3    4    5    6    7    8    9    10

63. **Quanto é importante a argumentação, análises fundamentada, capacidade de oratória na apresentação de uma proposta? - Quanto è importante in una presentazione commerciale la grafica, la statistiche, il diagrammi di flusso, le tabelle esplicative, ecc..? \***

Marcar apenas uma oval.

1    2    3    4    5    6    7    8    9    10

16/05/2016

A RELAÇÃO COMERCIAL ENTRE BRASIL E ITÁLIA - RAPPORTI COMMERCIALI TRA IL BRASILE E L'ITALIA

64. **O quanto o posicionamento contrário de uma pessoa pode afetar a harmonia das conversas em uma reunião de trabalho? - Quanto la posizione contraria di una persona può influenzare l'armonia dei colloqui in una riunione ? \***

*Marcar apenas uma oval.*

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Powered by

