



FCCE

FEDERAÇÃO DAS CÂMARAS DE COMÉRCIO EXTERIOR
FOREIGN TRADE CHAMBERS FEDERATION



Seminário Bilateral de
Comércio Exterior e Investimentos

BRASIL  **MARROCOS**

12 de maio de 2005

Seminário Bilateral de
Comércio Exterior e Investimentos
BRASIL  **MARROCOS**

12 de maio de 2005

Participação



Chambre de Commerce,
d'Industrie et de Service de
C a s a b l a n c a

**Fédération des Chambres
de Commerce, d'Industrie
et des Services du MAROC**



FCCE

**FEDERAÇÃO DAS CÂMARAS
DE COMÉRCIO EXTERIOR**

**FOREIGN TRADE CHAMBERS
FEDERATION**

**FÉDÉRATION DES CHAMBRES
DE COMMERCE EXTÉRIEUR**

**FEDERACIÓN DE LAS CÁMARAS
DE COMERCIO EXTERIOR**



Federação das Câmaras de Comércio Exterior Fédération des Chambres de Commerce Extérieur

La FCCE est la plus ancienne Association de classe vouée exclusivement aux activités de Commerce Extérieur.

Fondée en 1950, par João Daudt de Oliveira (homme d'affaires brésilien responsable de la fondation, en 1945, de la CMC – Confédération Nationale du Commerce), la FCCE est active depuis plus de 50 ans, sans interruption, encourageant et soutenant le travail des Chambres de Commerce Bilatérales, des Consulats Etrangers, des Conseils d’Affaires et des Commissions Mixtes au niveau Fédéral.

La FCCE, en vertu de son statut, possède une juridiction nationale, et s’est dotée de Vice-Présidents Régionaux en divers Etats de la Fédération; elle est active également sur le plan international, par le biais de «conventions de coopération» conclues avec divers organismes traditionnels des plus crédibles, comme par exemple la CCI – Chambre de Commerce Internationale, fondée en 1919, avec siège à Paris, et qui possède plus de 80 Comités Nationaux dans les 5 continents, et qui abrite en son sein la plus importante «Cour Internationale d’Arbitrage» du monde, fondée en 1923.

LA FÉDÉRATION DES CHAMBRES DE COMMERCE EXTÉRIEUR à son siège a Avenida Général Justo, 307, (dans l’immeuble de la CNC – Confédération Nationale du Commerce), et a signé avec cette entité, il y a presque deux décades, une “Convention de Support Administratif” et un “Protocole de Coopération Mutuelle”.

Dans un passé récent, la FCCE – FÉDÉRATION DES CHAMBRES DE COMMERCE EXTERIEUR a signé une

Convention avec le CONSEIL DES CHAMBRES DE COMMERCE DES AMÉRIQUES, organisme qui représente les Chambres de Commerce Bilatérales des pays ci-après: ARGENTINE, BOLIVIE, CANADA, CHILI, CUBA, EQUATEUR, MEXIQUE, PARAGUAY, SURINAM, URUGUAY, TRINIDAD Y TOBAGO, et VENEZUELA.

Outre plusieurs dizaines de Chambres de Commerce Bilatérales affiliées à la FCCE dans tout le Brésil, font partie du Conseil de Direction actuel les Présidents des Chambres de Commerce suivantes: Brésil-Grèce, Brésil-Paraguay, Brésil-Russie, Brésil-Slovaquie, Brésil-République Tchèque, Brésil-Mexique, Brésil-Bielorussie, Brésil-Portugal, Brésil-Liban, Brésil-Inde, Brésil-Chine, Brésil-Thaïlande, Brésil-Italie, Brésil-Indonésie.

Font partie également du Conseil des Directeurs de la FCCE, notamment: Le Président du Comité brésilien de la CCI – Chambre de Commerce Internationale, Le Président de l’ABCE – Association Brésilienne des Entreprises Commerciales Exportatrices, Le Président de l’ABIFER – Association Brésilienne de l’Industrie Ferroviaire, Le Président de l’Association Brésilienne des Terminaux de Containers Maritimes, Le Président du Syndicat des Industries Mécaniques et de Matériel. Electrique.

Citons également la présence, au sein du Conseil, de divers Consuls et Diplomates étrangers, entre autres, le Consul Général de la République du Gabon, le Consul du Sri Lanka (ex-Ceylan) et le Ministre-Conseiller de l’Ambassade du Portugal.

FCCE

DIRECTEURS ÉLLUS POUR LE TRIENNAT 2003/2006

Président

JOÃO AUGUSTO DE SOUZA LIMA

1^{er} Vice-Président

PAULO FERNANDO MARCONDES FERRAZ

Vice-Présidents

Gilberto Ferreira Ramos

Joaquim Ferreira Mângia

José Augusto de Castro

Ricardo Vieira Ferreira Martins

Antonio Carlos M. Bonetti – São Paulo

Sohaku R. C. Bastos – Bahia

Claudio Chaves – Norte

Directeurs

Diana Vianna de Souza

Alberto Vieira Ribeiro

Alexander Zhebit

Alexandre Adriani Cardoso

André Baudru

Antonio Augusto de Oliveira Helayel

Arlindo Catoia Varela

Augusto Tasso Fragosso Pires

Bruno Bastos Lima Rocha

Carlos Fernando Maya Ferreira

Cassio José Monteiro França

Cesar Moreira

Charles Andrew T'ang

Claudio Fulchignoni

Daniel André Sauer

Jeferson Malachini Barroso

José Paulo Garcia de Pinho

Juan Clinton Llerena

Luis Cesario Amaro da Silveira

Mariano Marcondes Ferraz

Oswaldo Trigueiros Junior

Raffaele Di Luca

Ricardo Stern

Roberto A. Nóbrega

Ronaldo Augusto da Matta

Sergio Salomão

Stefan Janczukowicz

Conseil Fiscal (Titulaires)

Delio Urpia de Seixas

Elysio de Oliveira Belchior

Walter Xavier Sarmento

Brasil e Marrocos reforçam relações

Na esteira da Cúpula América do Sul - Países Árabes, realizada em Brasília, de 9 a 11 de maio de 2005, a FEDERAÇÃO DAS CÂMARAS DE COMÉRCIO EXTERIOR - FCCE acompanhou os esforços do Governo Federal e, por inspiração de seu presidente, João Augusto de Souza Lima, realizou em 12 de maio, no Rio de Janeiro, o Seminário Bilateral de Comércio Exterior e Investimentos Brasil-Marrocos. O evento foi o segundo de uma série de 14 seminários bilaterais previstos para 2005, seguindo o sucesso inicial do Seminário Brasil-Portugal.

O encontro entre empresários e políticos marroquinos e brasileiros, no Rio de Janeiro, proporcionou um melhor entendimento das possibilidades de cooperação bilateral e de incremento no comércio entre os dois países. Interesses complementares e não concorrentes foram a tônica do Seminário, destacando-se o interesse do Marrocos pelos produtos agrícolas brasileiros – leia-se açúcar, trigo, óleo de soja e café – e o interesse do Brasil pelos fosfatos (fertilizantes) marroquinos. A expressão da importância do Marrocos como parceiro comercial fica concretizada na atual negociação do Acordo de Preferências Tarifárias entre aquele país e o Mercosul.

A importância do Brasil para o Marrocos tornou-se evidente com a visita, em 2004, do Rei Mohamed VI, a primeira de um monarca marroquino ao Brasil, que fortaleceu antigos laços de amizade: o Marrocos foi o primeiro país árabe a reconhecer a independência do Brasil, ainda na primeira metade do século XIX. A visita do monarca lançou bases sólidas para as relações entre os dois países e abriu inúmeras oportunidades comerciais e de cooperação bilateral. Atualmente, o Marrocos figura como um dos quatro principais parceiros comerciais do Brasil no continente africano.

A presença da comitiva de empresários e políticos marroquinos, que veio exclusivamente para o Seminário no Rio de Janeiro, serviu para engrandecer o evento. Os mais diversos setores - eletro-eletrônico, moveleiro, fertilizantes, turismo e hotelaria, tecidos, cosméticos, agro-alimentar, logística, contábil etc – estiveram aqui representados. O líder da comitiva e presidente da Federação das Câmaras de Comércio, Indústria e Serviços do Marrocos – uma das apoiadoras internacionais do evento – Sr. Abdelhakim Kemmou, exaltou o caráter complementar entre as duas economias e a balança comercial equilibrada que caracteriza as relações comerciais entre os dois países. Por fim, agradeceu o interesse e o carinho dispensado a seu país e aproveitou as ilustres presenças do Ministro, interino, do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, Marcio Fortes de Almeida e do Embaixador do Brasil no Marrocos, Carlos Alberto Simas Magalhães, para convidar uma missão brasileira a visitar o Marrocos ainda este ano.

Esta edição, a segunda de nossa coleção, traz para o leitor o resultado dos trabalhos do Seminário Bilateral de Comércio Exterior e Investimentos Brasil-Marrocos. Nela, destacamos a crescente importância de um parceiro mais do que nunca disposto a reforçar os laços de cooperação econômica e comercial com o Brasil.

Boa leitura.

O EDITOR

AP O I O

Ministério do
Desenvolvimento, Indústria
e Comércio Exterior



Expediente

Produção

Agência Brasileira de Imprensa
Diretores:
Eduardo Teixeira
Maurice Stéphane Habib

Editor

O coordenador da FCCE

Textos e Reportagens

Daniel Azevedo (Mtb-34.939)
José Maria Pereira

Projeto Gráfico,
Editoração e Arte

Estopim Comunicação

Fotografia

Christina Bocayuva

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

6 ENTREVISTA

"Estamos construindo um novo cenário no nosso relacionamento internacional"



14 AFINIDADE

Marrocos e Brasil têm portas abertas para negócios



16 AMIZADE

Ampliar o comércio é objetivo comum



20 OPORTUNIDADES

Les relations économiques entre le Maroc et le Brésil



22 PAINÉIS I E II

US\$ 1 bilhão até 2007

Reaproximação favorece comércio entre os dois países



26 PAINÉIS III E IV

Banco do Brasil: o parceiro certo como diferencial na competição internacional

Zona Franca de Manaus: excelência de resultado



30 CULTURAL

Brasil e Marrocos se encontram em *O Clone*



32 TURISMO

Maravilhas para lá de Marrakesh



38 APOIO

Mais agilidade na resolução de conflitos é meta a ser cumprida



40 PANORAMA

Tendência é enfatizar as relações comerciais em blocos econômicos



42 COMÉRCIO BILATERAL

Relação dos 100 principais produtos comercializados entre Brasil e Marrocos

50 CURTAS

"Estamos construindo um novo cenário no nosso relacionamento internacional"

Políticas dos dois países apontam para expansão econômica e incremento comercial, avalia o embaixador brasileiro no Marrocos

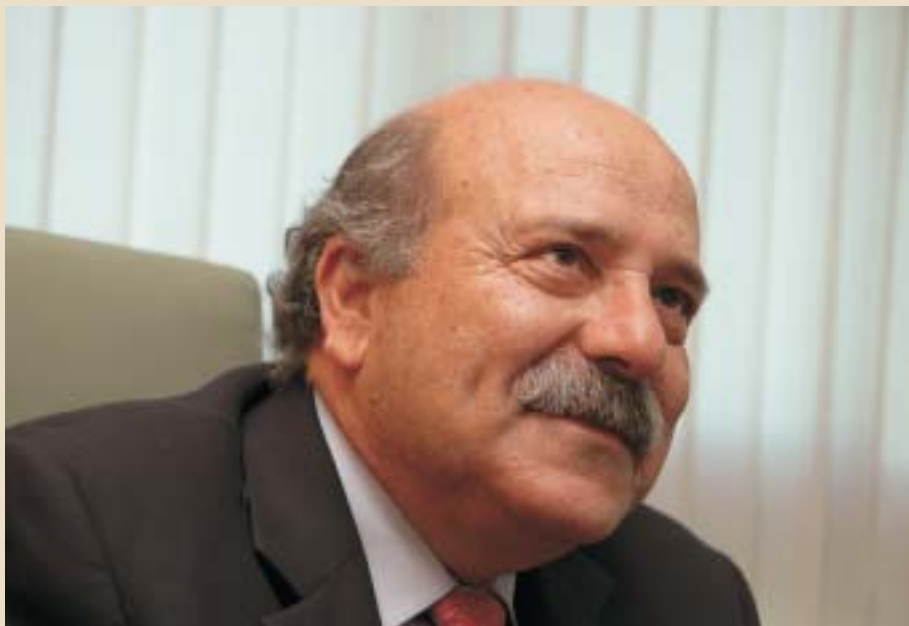
JOSÉ MARIA PEREIRA

O Presidente Luiz Inácio Lula da Silva tem atribuído prioridade às relações entre o Brasil e os países árabes. Um exemplo dessa disposição para expandir as relações internacionais do país, bem como o comércio exterior brasileiro, foi a Cúpula América do Sul-Países Árabes recentemente realizada em Brasília. O encontro, que reuniu ministros, diplomatas, chefes de Estado e de Governo, terá sua segunda edição no Marrocos, em 2008.

Por sua vez, o Rei do Marrocos, Mohammed VI, decidiu estabelecer e reforçar os vínculos atlânticos do seu país ao visitar o Brasil e outros países sul-americanos no ano passado. Segundo o embaixador do Brasil no Marrocos, Carlos Alberto Simas Magalhães, que gentilmente concedeu-nos uma entrevista enquanto participava do Seminário Bilateral de Comércio Exterior e Investimentos Brasil-Marrocos, outras iniciativas podem reforçar os laços existentes. A seguir, o embaixador detalha algumas delas.







Simas Magalhães: Já vendemos peças industriais, logo venderemos aviões para o Marrocos

O Presidente Lula tem atribuído prioridade à relação com os países árabes. O senhor pode discorrer sobre essas prioridades?

No caso de Marrocos, eu creio que ela se manifesta de várias maneiras. Não só nas viagens do presidente na região como um todo. Eu acredito que a imprensa não tem sido muito carinhosa com o presidente Lula com relação às iniciativas que ele tem tomado. Isso é um erro. É um erro porque pelo que eu pude perceber dos países árabes, e mais particularmente do Marrocos, há um grande interesse e carinho da população pelo que é brasileiro, por nossa gente, por nossa cultura e pelo nosso comércio. Para mim, isso é evidente. O que existe de verdade, tanto com o Brasil como nos demais países sul-americanos para com os árabes, é uma falta de conhecimento recíproco. Então, é evidente que quando se faz uma Cúpula e se trazem chefes de Estado, ministros e etc, tem que se colocar alguns parágrafos políticos, tem que falar sobre o Oriente Médio e sobre o terrorismo também. Desde o princípio, o presidente sempre afirmou e repetiu que a ênfase desse processo não é necessariamente resolver os problemas do Oriente Médio. O que ele quer, e talvez não tenha podido por razões várias – e a imprensa não percebeu isso com profundidade – é que o que se busca

“Dispomos da base científica e tecnológica e somos capazes de prestar cooperação efetiva”

nesse momento é o conhecimento recíproco entre os dois blocos. Reafirma-se então, a identidade da América do Sul enquanto entidade política e geográfica importante e confere-se ao relacionamento com os países árabes uma nova dimensão. E isso vai se desdobrar. Muitas pessoas acham que a Cúpula é um evento em si e que acaba aí. Não é nada disso. Ao contrário, esse é apenas o primeiro passo de um processo que, na verdade, é de médio e longo prazo. Nós temos tantas coisas em termos complementares e muitas outras que podemos oferecer em termos de cooperação. Por exemplo, nosso comércio tem crescido, as linhas aéreas também estão começando a se interessar por esse mercado e, em breve, teremos, no caso de Marrocos, um acordo de transporte marítimo. Também, especificamente com o Marrocos, há um acordo de preferências tarifárias em negociação com o Mercosul. Nós estamos, pouco a pouco, construindo um novo cenário no nosso relacionamento internacional. Eu creio que essa Cúpula tem um grande mérito. Temos a

reconhecer que, efetivamente, isso foi uma iniciativa do presidente Lula. Surgiu dele. Ele batalhou por isso e, evidentemente, o Itamaraty implementou.

O senhor falou em um novo cenário nas relações internacionais brasileiras. Qual a sua avaliação sobre a relações bilaterais entre Brasil e Marrocos?

Estão muito bem. Elas traduzem um pouco o contexto geral da nossa relação com outros países árabes. O Brasil é o décimo fornecedor do Marrocos. É evidente que Marrocos, com sua tradição colonial européia, mantém fortes laços com a União Européia. Não podemos esquecer que o país foi, durante muito tempo, dividido entre a França e a Espanha até sua independência, que é recente. O intercâmbio entre o Marrocos e os países da UE, quantitativamente, é muito maior. Marrocos está a apenas 14 quilômetros da Espanha, só o Estreito de Gibraltar os separa. Nosso relacionamento comercial tem crescido com diversificação da pauta de exportações para Marrocos e já chegamos a quase US\$ 600 milhões de comércio bilateral no ano passado. Estamos exportando até carros, além dos nossos produtos básicos e tradicionais. Estamos vendendo peças industriais e, brevemente, vamos vender aviões. Somos também o principal fornecedor de açúcar para o Marrocos. Mais do que isso, eu acredito que se fizéssemos um pequeno exame da pauta de importação do Marrocos e um pequeno cruzamento com os produtos brasileiros, perceberíamos que estamos exportando muito pouco dos produtos que eles importam e oferecemos para outros mercados. Então, é evidente que existe um potencial que ainda não está sendo explorado. Esse Seminário e a própria Cúpula, bem como as viagens do presidente, contribuem em muito para o crescimento das exportações brasileiras. Fala-se ainda, hipoteticamente, de uma viagem do presidente Lula ao Marrocos, em retribuição à visita do rei ao Brasil. Tudo isso só me leva a ter muito otimismo quanto a nossa relação. Eu creio estarmos passando por um momento excelente.

Quais os benefícios que ambas as nações podem ter com o estreitamento das relações comerciais bilaterais?

Todos. Há um debate muito intenso aqui no Brasil. Por exemplo, eu participei de várias negociações aqui, como a da Alca, a da União Européia e, durante muitos anos, dediquei-me ao Mercosul. Hoje em dia, há um debate que eu diria meio esquizofrênico aqui no Brasil, onde se reconhece evidentemente a importância da negociação com os EUA e com a UE. É óbvio que nós reconhecemos a importância disso, senão não estaríamos negociando com eles há tantos anos. Não somos ingênuos de dizer que o mercado americano e europeu não são fundamentais para o nosso comércio exterior. Mas, o outro lado da moeda mostra que não há nada errado na busca de outros mercados, mesmo os pequenos. A região dos países árabes do Norte da África está passando por uma revolução curiosa. Essa é uma região riquíssima por causa do petróleo. Eles têm dinheiro para investir em projetos de compra, na modernização, infra-estrutura, etc. Marrocos tem um papel sensivelmente mais moderado dentro do mundo árabe. A Líbia, pouco a pouco, vem se reincorporando ao mundo globalizado, e a Tunísia está bem arrumada. Então, qual é a razão? Por que o Brasil deveria, a priori, aplicar nesse tipo de mercado? Isso é muito claro. Estamos com um enorme esforço para ampliar nossas exportações, e eu sou daquela velha teoria que diz: "de grão em grão, a galinha enche o papo".

Como o Brasil pode aumentar suas exportações para o Marrocos e demais países árabes?

Eu acredito, é claro, que é preciso trabalhar cada um desses países de acordo com as suas características. Temos que ser realistas. Não adianta tentar grandes programas mirabolantes que não funcionam. Por exemplo, com relação ao Marrocos, no campo da cooperação, escolhemos quatro áreas onde nós dominamos a tecnologia, temos capacidade, dispomos da base científica e tecnológica e somos capazes de prestar cooperação efetiva. Es-



Empresários marroquinos e o nosso embaixador estreitam relações durante o Seminário.

“*Os árabes saíram daqui extremamente satisfeitos com o resultado da Cúpula*”

sas são áreas em que o Marrocos precisa de nós. O Marrocos é um país basicamente agrícola: mais de 45% da população é de pequenos e médios agricultores, sendo um grande fornecedor do mercado europeu, mas com alguns problemas estruturais sérios. A água é um deles. Evidentemente, a agricultura marroquina depende, ainda, e em grande instância, dos regimes de chuva - que lá são bastante erráticos. Ou seja, pode haver vários anos de seca, depois dois ou três anos bons. Essa questão de gestão de água é fundamental. E o que estamos fazendo? Trabalhando sobre temas de gestão de água, levamos a Agência Nacional de Águas, e aguardamos a vinda de uma missão marroquina para começarmos com alguns pequenos programas. Outro problema é

a formação de mão-de-obra. Um dos problemas árabes como um todo é a falta de emprego. Infelizmente, isso provoca migrações ilegais em direção à Europa. A gestão de mão-de-obra é uma finalidade. Nós temos o Senai, que tem uma longa experiência nessa matéria. Há no Marrocos alguns setores prioritários: o turismo, a hotelaria e o têxtil também. Eles são bons produtores têxteis, embora um pouco estressados com a China atualmente, mas são bons produtores e oferecem preços competitivos. Então, estamos levando o sistema do Senai para lá, e também o sistema móvel do Senai, que se desloca até a pessoa que precisa do treinamento. Estamos treinando também o setor de hotelaria e turismo e, ainda, a indústria têxtil para formar mão-de-obra, melhorar a qualidade e atrair mais investimentos. Paralelamente, estamos trabalhando também na questão de meio ambiente e na agricultura do semi-árido, sobretudo com o plantio direto, que é uma técnica que eles não dominam. O Marrocos adotou uma política inteligente de atração



"Marrocos tem um papel moderado dentro do mundo árabe", frisa o embaixador

de investimentos. Primeiro, porque há um tratamento fiscal e tributário favorável para o investimento estrangeiro. A segurança jurídica tem um quadro já montado e eficaz. Nós temos que dar prioridade a cada pauta. Há algumas áreas prioritárias que eles favorecem muito e têm alguns programas bem interessantes. Ou seja, todo o sistema é acoplado à atração de investimento para ampliar a capacidade exportadora do país. O que o Marrocos fez para fechar esse círculo? Primeiro, eles conseguiram empréstimos para fazer uma rede de infra-estrutura muito boa. Hoje, no Marrocos, viaja-se para praticamente todo o país por auto-estradas, sempre em bom estado. Depois, criaram uma série de entrepostos aduaneiros que permitem às empresas exportadoras interessadas no mercado europeu, estocar as mercadorias. Isso funciona como se fosse um depósito alfandegário livre. Então, muitas empresas se aproveitam disso para estocar a merca-

“Há ainda aquele mito de país do futebol, de país do sol...”

doria e suprir *just in time* o mercado europeu, e outros. Em cima disso, o Marrocos também criou uma rede de acordos comerciais que começaram com a UE e concluíram agora com os EUA. Além disso, eles têm uma rede de acordos com todos os países da região. Eles têm, portanto, uma plataforma exportadora muito interessante e que merece ser explorada e analisada.

O senhor está há um ano e quatro meses como embaixador no Marrocos. Como o senhor define a imagem que os marroquinos fazem do Brasil?

Eu diria que um pouco estereotipada. Mesmo porque eles viram a novela "O

Clone" e acharam muito engraçado a nossa visão estereotipada a respeito de Marrocos e do mundo árabe como um todo. Estereotipada, é claro, no bom sentido. Porque essa imagem é um pouco idealizada e ao mesmo tempo fantasiosa. Marrocos é um país como qualquer outro, lá também há muitos problemas, tem muitas favelas, por exemplo. Tem praias muito bonitas e um turismo muito interessante. Eu creio que eles percebem o Brasil como um país acolhedor. Principalmente porque somos um dos poucos que não exige visto de entrada de marroquinos. Hoje, o turista marroquino pode vir para cá sem a necessidade de visto e vice-versa, evidentemente. Há ainda aquele mito de país do futebol, país do Sol etc. Então, reside aí mais um ponto importante dessa aproximação com os países árabes, que é justamente mostrar tudo aquilo que nós somos e, principalmente, o Brasil que não faz parte desse estereótipo e que é, na verdade, o Brasil produtor, trabalhador, tecnológico e cultural. É claro que há uma série de atividades que devem ser feitas para sanar essa imagem estereotipada que é, sem dúvida, uma via de mão dupla.

É possível afirmar que o Brasil pode ser uma porta de entrada, não só para o Marrocos, mas para todos países árabes no Mercosul?

Na área do comércio é muito complicado fazer esse tipo de avaliação porque sempre depende da capacidade de oferta. Os países árabes têm uma capacidade exportável limitada a alguns produtos e a capacidade deles aumentarem substancialmente essa oferta, também é limitada. Agora, afirmar que o Brasil serve como porta de entrada, sim, pode ser. Mas, outros países também podem ser. É claro que, sem dúvida, há um enorme interesse pelo Brasil, pelo tamanho do país, da nossa economia e da Cúpula ter sido aqui. Enfim, é praticamente inevitável que isso ocorra, porque eles saíram daqui extremamente satisfeitos com o resultado da Cúpula. Muitos países árabes já estão programando novas visitas e novas missões, mas esse é um processo que está apenas se iniciando.



"Acredito que a imprensa não tem sido muito carinhosa com o Presidente Lula. Isso é um erro", observa o embaixador Simas Magalhães

Qual é a sua avaliação da Cúpula entre árabes e sul-americanos?

Eu sou muito mais otimista do que a imprensa brasileira. Esse foi apenas um ponto de partida. Bem ou mal, nós tivemos mais de 300 empresários árabes presentes; mais de 60 ministros de Estado dos países árabes e seis ou sete chefes de

Estado. Tivemos também, um bom número de representantes sul-americanos. É inegável a representatividade em termos da qualidade de participação. Evidentemente, pode-se discutir porque nós colocamos um parágrafo sobre o Oriente médio e um sobre terrorismo. É uma discussão válida, mas eu creio que o Minis-

tro Celso Amorim não se furta a esse tipo de exercício e, muito menos, o governo brasileiro. Se nós fizermos uma leitura um pouco mais atenta da declaração final e um pequeno cotejo do que lá está escrito, teríamos uma visão diferenciada. O problema da leitura superficial é que ela não permite perceber as palavras, e os diplomatas trabalham com palavras. Então, cada palavra tem um peso específico que corresponde, ou a uma necessidade, ou a uma precaução, ou a uma atitude um pouco mais ofensiva de um ou outro país participante. Com uma leitura cuidadosa, veríamos que a posição do governo brasileiro não mudou em nada em relação à questão palestina. Nós reafirmamos nossa posição quanto à criação do Estado Palestino, do Estado de Israel e da resolução da partilha que prevê a criação do Estado Palestino. Nada mudou sobre esse ponto de vista. Nós podemos, como América do Sul, ter aceito certas reivindicações; isso é possível. Mas, dizer que só a América do Sul cedeu, e no caso, só o Brasil, porque para imprensa brasileira isso é mais fácil, é um grande equívoco. É evidente que ninguém vai contar toda a história da negociação, mas certamente existem parágrafos de origem árabe que eram incomparavelmente mais complicados do que o constante na declaração. Contrariamente ao que se percebe, o Itamaraty está até bastante tranquilo com relação à declaração. E, além dos parágrafos políticos, havia todo um substrato de cooperação Sul-Sul, cultural, econômica e comercial que, no fundo, é o que nós queríamos.

Qual a importância de um evento como este Seminário de relações comerciais e investimentos bilaterais?

Qualquer evento que procure mostrar um país ao Brasil, e vice versa, tem o seu mérito por si só. O simples fato de existir um Seminário desse tipo é indiscutivelmente benéfico para a relação entre os dois países. Até porque o comércio vive disso, vive de conhecimento, vive de informação e oportunidades. É preciso despertar o interesse do empresariado brasileiro. Essa é a tarefa principal agora e esse é um bom evento para fazer isso.



www.desenvolvimento.gov.br

www.aprendendoaexportar.gov.br

www.portaldoexportador.gov.br

100 bilhões de dólares exportados.

Um recorde do Brasil,
uma conquista dos brasileiros.

**Ministério do Desenvolvimento,
Indústria e Comércio Exterior**



Marrocos e Brasil têm portas abertas para negócios

Na semana da cúpula de Brasília, FCCE é convidada para organizar Missão Comercial ao Reino do marrocos

DANIEL AZEVEDO

Desde o início do governo Lula buscou-se ampliar e fortalecer as relações e o comércio com mercados alternativos aos tradicionais EUA e União Européia (UE). A criação de missões diplomáticas e de negócios e, recentemente, a Cúpula América do Sul – Países Árabes em Brasília tiveram como objetivo mais ambicioso que a relação bilateral com os árabes crie uma nova geografia política e econômica no mundo. “Pode parecer estranho reunir países da América do Sul e árabes mas essas economias são absolutamente complementares no comércio. Eles compram desde água mineral até aviões e nós compramos o petróleo deles”, esclareceu João Augusto de Souza Lima, presidente da FCCE – Federação das Câmaras de Comércio Exterior, responsável pela realização do Seminário Bilateral de Comércio Exterior e Investimento Brasil-Marrocos, no último dia 13 de maio, no Rio de Janeiro.



Souza Lima: “As economias árabe e sul-americana são absolutamente complementares”

O presidente da FCCE ressalta, também, o objetivo político da Cúpula América do Sul – Países Árabes em articular apoios no mundo árabe para o Brasil conquistar uma cadeira permanente no Conselho de Segurança da ONU – Organização das Nações Unidas, que deve ser ampliado. “Na minha avaliação, o Brasil conseguiu pelo menos uns 10 ou 12 votos para a eleição dos novos membros permanentes do Conselho de Segurança da ONU. Em termos políticos, houve mais acertos do que erros”, avaliou.

Quanto ao comércio, Souza Lima reconhece a potencialidade do fortalecimento das relações com os árabes, mas frisa a necessidade de haver “acompanhamento permanente” dos processos e das dificuldades. “Em termos comerciais, poderá render grandes frutos, porém, precisa ser acompanhado constantemente para crescer. Ninguém espera que de um dia para o outro possamos incrementar nossa balanças expressivamente”, adiantou.

“O Brasil ganhou, pelo menos, uns 10 ou 12 votos para cadeira permanente no Conselho de Segurança da ONU”

Fortalecer o comércio bilateral, estreitar laços e vislumbrar possibilidades foram exatamente os objetivos do Seminário Brasil-Marrocos. O país governado pelo Rei Mohammed VI é, talvez, a mais conhecida nação árabe entre os brasileiros. O sucesso da novela O Clone, da Rede Globo, o gosto por futebol e a personalidade amistosa dos marroquinos são fatores culturais que aproximam os dois povos. “Os árabes valorizam extremamente a relação pessoal. Não fazem negócio por fax, internet ou e-mail. Preferem conhecer a pessoa, o que é diferente dos alemães, japoneses e americanos. Essa caracte-

rística é muito favorável pois o brasileiro também é assim”, comparou.

Além disso, ações muito mais práticas já foram e estão sendo tomadas pelos dois lados. O Rei Mohamed VI, o primeiro monarca marroquino a visitar o Brasil, ainda este ano deve fechar um acordo de cooperação entre Marrocos e Mercosul. E a próxima Cúpula América do Sul – Países Árabes, em 2008, terá sede em Marrocos. “Todos os árabes são potenciais parceiros. Mas, realizar negócio com um marroquino é mais fácil do que com os outros árabes pela empatia entre os países, posição geográfica e raízes históricas com Portugal e Espanha”, enumerou.

Outras afinidades, também, fortalecem a relação específica entre Brasil e Marrocos. O país africano é o líder mundial em fosfatos necessários à agricultura brasileira e, ao mesmo tempo, compra açúcar – seu principal produto de importação do Brasil – soja e café, além de pelo menos outros 100 produtos (ler textos sobre painéis e sobre os representantes marroquinos).



Ladeando a bandeira marroquina, os presidentes da Federação do Marrocos e da FCCE, cercados por representantes da delegação visitante



“Na área industrial e comercial, há uma possibilidade clara de ambos os lados saírem lucrando com laços reforçados”, pontuou o senador

Ampliar o comércio é objetivo comum

Delegação convida missão brasileira para visita a Casablanca

DANIEL AZEVEDO

Nas ruas das cidades marroquinas é comum observar amigos de mãos dadas. O sinal de afetividade conota também confiança mútua e valorização dos parceiros de vida, especialmente de negócios. A confiança e a valorização, todavia, está expressa em outro hábito marroquino. Casas aparentemente simples podem guardar no interior luxo e riquezas admiráveis pelo simples motivo de que, segundo a cultura marroquina, o conforto deve servir para quem está dentro e, não, para quem observa de fora.

A introdução cultural ao Marrocos usada pelo Senador Bernardo Cabral –

*Société Fettah quer exportar
cerca de 100 mil toneladas
de produtos
e importar pelo menos
US\$ 4 milhões por ano*

redator da Constituição Federal de 1.988 – em entrevista durante o Seminário Bilateral Brasil- Marrocos – serve de analogia sobre o que deve ser estabelecido no comércio entre os dois países. Muitos passos já foram dados para Brasil e Marrocos andarem de “mãos dadas” e oferecerem o “conforto” dos bons negócios.

A participação de uma delegação de 20 empresários marroquinos no Seminário da FCCE – Federação das Câmaras de Comércio Exterior, no último dia 12 de maio, deixou evidente o interesse desses homens de negócio em reforçar o comércio com o Brasil, hoje na ordem de US\$ 590 milhões anuais. “Na área industrial e comercial, há uma possibilidade clara de ambos os lados saírem lucrando com laços reforçados”, pontuou o senador.

A observar pela disposição da delegação marroquina, essa ampliação já está em curso. O empresário Hatem Fettah, gerente comercial da *Société Fettah*, foi objetivo sobre suas metas no Brasil. A

empresa do setor agro-alimentar quer exportar cerca de 100 mil toneladas de produtos e importar pelo menos US\$ 4 milhões por ano. Na pauta de produtos destacam-se feijão branco, orégano, alho, gergelim, tomate, semente de girassol, amendoim, cacau, entre outros.

Segundo o jovem empresário, existe também a possibilidade de montar uma filial no Brasil, contudo, um grande problema de comunicação dificultou melhores desdobramentos de sua visita de uma semana ao Brasil. De qualquer maneira, Fettah conseguiu alguns contatos que poderá desenvolver à medida que conhecer as exigências do mercado brasileiro. Ele garantiu que seus produtos seguem os padrões de qualidade europeus, pois já exporta para França, Alemanha, Portugal e Espanha, e que vai estudar o mercado brasileiro.

Já o interesse do empresário e político marroquino Bouchta Jamaï é comprar e vender produtos têxteis, além de observar os sistemas de administração pública do Brasil. Jamaï é prefeito de uma das seis regiões em que Casablanca é dividida administrativamente. Como representante da associação ITEX, que reúne nove empresas têxteis marroquinas, ele observou que o mercado brasileiro pode ser uma alternativa ao europeu, saturado com a concorrência chinesa. O empresário revelou que, apesar dos custos com a exportação, os preços de seus produtos seriam competitivos no Brasil.

Segundo ele, para efetivar negócios, só resta a definição sobre tarifas alfandegárias entre os governos dos dois países, que deve sair ainda este ano com a assinatura do Contrato de Cooperação Mercosul - Marrocos. A partir daí, o próprio Jamaï manifesta outros interesses como materiais de construção, agro-alimentares, produtos de pesca e café.

No quesito turismo, o prefeito de uma das divisões de Casablanca – hoje com cerca de 3 milhões de habitantes – elogiou a limpeza e a organização do Rio de Janeiro. O político marroquino garantiu, ainda, ter interesse em transformar Rio e Casablanca em cidades irmãs.



Hatem Fettah garante que existe possibilidade de abrir uma filial no Brasil



Bouchta Jamaï quer comprar materiais de construção e vender têxteis

Líder Árabe

Abdelhakim Kemmou, presidente das Federação da Câmara de Comércio, Indústria e Serviços do Marrocos e da União das Câmaras de 22 países árabes, garantiu que o Rei Mohammed VI tem adotado medidas para aquecer a economia marroquina. Reformas de legislação, privatização de estatais, criação de tribunais de comércio e centros de investimentos são algumas das medidas do governante.

A economia marroquina voltada para a exportação se fundamenta, principalmente, em fosfato, pesca (sardinha), tecidos e roupas, artesanato e turismo. Segundo Kemmou, o turismo tem recebido maciços investimentos em infra-estrutura de estradas – pelo menos 100 km construídos por ano – e hotéis para chegarem a meta de 10 milhões de turistas por ano.

Uma das prioridades apontadas por Kemmou para fortalecer as relações com o Brasil é o restabelecimento de uma linha aérea direta entre Brasil e Marrocos, percurso que hoje tem escalas em Paris.

O chefe da delegação marroquina, no entanto, citou uma curiosidade que



Abdelhakim Kemmou preside federação que reúne 22 países árabes.

explicita a relação entre os dois países: Marrocos foi o primeiro país árabe a reconhecer a independência brasileira.

A relação amistosa entre os países, apesar das diferenças culturais e as limitantes apontadas como língua e falta de linhas aéreas, não impedirão novos encontros de empresários brasileiros e marroquinos. Abdelhakim Kemmou formulou um convite oficial para que uma missão brasileira vá até o Marrocos em breve. O interesse por parte dos brasileiros foi imediato e a visita deve ocorrer até o ano que vem.



SEMINÁRIO BILATERAL DE COMÉRCIO EXTERIOR E INVESTIMENTOS BRASIL-MARROCOS

12 de Maio de 2005

Local: Av. General Justo nº 307 (sede da CNC)
RIO DE JANEIRO

PROGRAMA

14:00h Sessão Solene de Abertura

Presidente da Sessão: Carlos Alberto Simas Magalhães –
Embaixador Plenipotenciário do Brasil no Marrocos

Pronunciamento: Abdelhakim Kemmou-Presidente da
Federação das Câmaras de Comércio, Indústria e Serviços-
Marrocos

Componentes da Mesa

Márcio Fortes de Almeida – Ministro de Estado, interino, do
Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior

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

Theóphilo de Azeredo Santos – Presidente da Câmara de
Comércio Internacional – CCI

Senador Bernardo Cabral – Consultor Jurídico da CNC

Chefe da Delegação de empresários de Casablanca

Lúcia Maldonado – Vice-Presidente Executiva da AEB

14:30h PAINEL I: O Estado Atual das Relações Comerciais Brasil-Marrocos

Presidente do Painel: Ivan Ramalho – Secretário de
Comércio Exterior do MDIC

Moderador: Arthur Pimentel – Coordenador-Geral de Apoio à
Promoção das Exportações – MDIC

Expositores:

Paulo Roberto Pavão – Coordenador-Geral do Departamento
de Planejamento e Desenvolvimento – MDIC

Hassan Toumlilt – Secretário Geral da Federação das
Câmaras de Comércio, Indústria e Serviços-Marrocos

Representante da Delegação de Empresários de Casablanca

Debates com o Plenário

15:00h PAINEL II: Oportunidades de Investimentos e as PPP's

Presidente do Painel: Luís Cesário Amaro da Silveira –
Presidente da ABIFER

Moderador: Jovelino de Gomes Pires – Coordenador de
Logística integrada da AEB

Expositores:

Antônio Sérgio Martins Mello – Secretário do
Desenvolvimento da Produção – MDIC

Representante da Delegação de empresários de Casablanca

Representante do setor de Energia e Obras Públicas

Debates com o Plenário

16:00h Coffee-Break

16:30h PAINEL III: Missões Realizadas e Resultados Esperados

Presidente do Painel: José Augusto de Castro –
Vice-Presidente da AEB

Moderador: Joaquim Mângia – Vice-Presidente da FCCE

Expositores:

Ivan Ramalho – Secretário de Comércio Exterior – SECEX

Ministério do Desenvolvimento Indústria e Comércio – MDIC

Representante da Delegação de Empresários do Marrocos –
Setor de Logística e Transportes

Debates com o Plenário

17:00h PAINEL IV: Êxitos e Problemas – A Visão Empresarial

Presidente do Painel: Oldemar Lanck – Superintendente-
adjunto da SUFRAMA

Moderador: César Moreira – Presidente da USIMECA e
Presidente do Sindicato das Indústrias Mecânicas e
Mat.Elétrico-SIMME

Expositores:

Rogério Fernando Lot – Gerente Executivo de Comércio
Exterior do Banco do Brasil

André Bianchi – Diretor de Regulamentação da Telemar

Luís Cesário Amaro da Silveira – Presidente da ABIFER

Representante da Iniciativa Privada do Marrocos

Debates com o Plenário

18:00h Sessão de Encerramento

Presidente de Honra – Pedro Moita Pinto Coelho –
Embaixador, Diretor do Departamento da África – MRE

Pronunciamento – Márcio Fortes de Almeida – Ministro de
Estado, interino, do Desenvolvimento, Indústria

E Comercio Exterior – MDIC

Abdelhakim Kemmou – Presidente da Federação das
Câmaras de Comércio, Indústria e Serviços – Marrocos

Senador Bernardo Cabral – Consultor da Presidência da CNC

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

Embaixador Paulo Pires do Rio – Diretor do Conselho
Superior da FCCE

Lúcia Maldonado – Vice-Presidente Executiva da AEB

Íntegra do discurso de M. Kemmou na abertura do Seminário Bilateral de Comércio Exterior e Investimentos Brasil-Marrocos

Les relations économiques entre le Maroc et le Brésil

“Je suis honoré et enchanté de ma visite au Brésil et je remercie M. Le Président de la Fédération Brésilienne des chambres de commerce et d’industrie d’avoir bien voulu organiser cette rencontre avec les opérateurs économiques brésiliens.

Au nom de la délégation marocaine participante à ce forum économique maroco-brésilien je voudrais exprimer ma satisfaction et ma joie de me trouver parmi vous.

Le Maroc est le premier pays arabe à avoir reconnu l’indépendance du Brésil dès la première moitié du 19^{ème} Siècle.

L’Amitié traditionnelle, les affinités culturelles et la complémentarité commerciale sont les fondements des relations équilibrées qu’entretiennent actuellement les deux pays.

La visite de SM le Roi Mohammed VI – la première d’un monarque marocain au Brésil – a lancé des bases solides pour les relations entre les deux pays et a ouvert de considérables opportunités d’échanges et de coopération bilatérales.

Les relations commerciales entre le Maroc et le Brésil sont caractérisées par une balance commerciale équilibrée et une complémentarité économique.

Le Maroc a besoin des produits agro-alimentaires brésiliens et le Brésil des fertilisants marocains pour développer sa production céréalière notamment le soja, le maïs, le blé et le coton dont la croissance devra se situer cette année entre 128,9 et 130 Millions de Tonnes.

Les échanges commerciaux entre les deux pays ont enregistré un montant global de 428 Millions de Dollars en 2003.

Durant les 10 premiers mois de l’année 2004, les exportations brésiliennes de blé, de sucre, d’huile de soja, de bois, de produits manufacturés et industriels ont atteint la valeur de 279 Millions de Dollars.

Le Maroc pour sa part a exporté vers le Brésil des fertilisants, des transistors, des sardines, des lubrifiants, des circuits intégrés et de l’huile d’olive pour un montant de 218 Millions de Dollars.

Le Maroc figure parmi les 4 premiers partenaires commerciaux du Brésil dans le continent africain à côté de l’Egypte, de l’Afrique du Sud et de l’Algérie.

Toutefois, les responsables brésiliens mettent en lumière l’aspect stratégique de leur partenariat avec le Maroc, en tenant compte de ses potentialités, sa position géographique, sa stabilité, et sa stratégie d’intégration et d’ouverture sur le monde, notamment à travers la signature d’une série d’accords de libre-échange aussi bien avec les pays développés comme l’Union Européenne ou les Etas Unis d’Amérique qu’avec les pays en développement comme l’Egypte, la Tunisie, la Jordanie et tout récemment la Turquie.

Dans ce climat prometteur, la Fédération Marocaine des Chambres de Commerce, d’Industrie et de Services se déclare entièrement disposée à apporter sa contribution pour renforcer les liens de coopération économique entre le Maroc et le Brésil.

A ce titre, nous encourageons les opérateurs économiques marocains et brésiliens à saisir les opportunités commerciales existant entre les deux pays pour favoriser l’essor des échanges bilatéraux.

Mes chers amis: Le message que je veux vous transmettre c’est que les hommes d’affaires marocains attachent une importance particulière et spéciale aux relations économiques bilatérales avec le Brésil. Nous sommes prêts et désireux d’assumer notre rôle d’interface pour rapprocher davantage les opérateurs économiques des deux pays.

Je vous souhaite bonne chance et vous remercie pour votre attention”.



Abdelhakim Kemmaoui cumprimenta as lideranças brasileiras presentes no Seminário Bilateral de Comércio Exterior e Investimentos Brasil-Marrocos



O Senador Bernardo Cabral confraterniza com Abdelhah Alami, Vice-presidente da Federação Marroquina, ao fim do encontro.

Comércio Brasil-Marrocos

US\$ 1 bilhão até 2007

Estabilidade política e econômica favorece as transações entre os dois países

DANIEL AZEVEDO

Os primeiros anos do milênio marcaram, tanto para o Brasil como para o Marrocos, períodos de consolidação e maturidade no que se refere à organização econômica e ao comércio exterior. Os resultados das políticas adotadas pelos governantes dos dois países reforçaram a confiança dos setores produtivos e, por meio das informações dos painéis I e II do Seminário Bilateral de Comércio Exterior e Investimento Brasil-Marrocos, estratégias puderam ser traçadas pelos empresários.

Ivan Ramalho, Secretário de Comércio Exterior do MDIC – Ministério do Desenvolvimento de Indústria e Comércio Exterior, apresentou um quadro otimista do setor. Demonstrou, segundo dados do SECEX – Secretaria de Comércio Exterior, que as exportações brasileiras dos últimos 12 meses chegaram a US\$ 104 bilhões e, apesar do intenso crescimento de 2004, continuam com vigor. A afirmação se confirma nos US\$ 33 bilhões exportados de janeiro a abril de 2005, cerca de 30% a mais do que o mesmo período de 2004. “Isso significa que, apesar do dólar baixo, juros altos e outros gargalos, o Brasil está ampliando sua participação no comércio internacional total”, disse.

A seqüência de estatísticas apresentada comprova o otimismo. De janeiro a abril de 2005, o saldo da balança comercial brasileira chegou a US\$ 12 bilhões, com crescimento de pelo menos 20% nas importações. Nos últimos 12 meses, a corrente de comércio exterior brasileira (importações + exportações) ultrapassou pela primeira vez na história os US\$ 170 bilhões, com crescimento de 32,8% nas exportações e 30% nas importações.



“Apesar do dólar baixo, juros altos e outros gargalos, o Brasil está ampliando sua participação no comércio internacional total”, disse o secretário Ivan Ramalho

*Brasil e Marrocos
exibiram uma corrente
de comércio
de US\$ 589,90 milhões
com mais de
200 produtos em pauta*

“Com um PIB de cerca de US\$ 600 bilhões, temos a meta de chegar a 30% deste valor com a corrente de comércio. Hoje, estamos com cerca de 28% do PIB”, estabeleceu.

As metas para os próximos anos também são ambiciosas, porém factíveis. Em 2005, o governo espera atingir US\$ 112 bilhões em exportações e, em 2006, US\$



“Estamos disputando cada centavo de comércio exterior em qualquer país do mundo”, declarou o ministro interino Márcio Fortes de Almeida

120 bilhões. “A evolução dos últimos meses nos permite acreditar que manteremos o aumento do superávit e das importações. Aliás, não me preocupa o crescimento das importações. O Brasil é, hoje, um grande importador de matérias-primas, insumos, máquinas e equipamentos”, comentou o secretário.

Ele se apoiou nos dados de que 50% das importações brasileiras são de insumos para a indústria, 25% são bens de capital e 10% bens de consumo, ou seja, a indústria está aquecida. Neste ano, os manufaturados tiveram a melhor evolução na pauta de exportações com aumento de 35%, enquanto os básicos evoluíram 16%.

Os EUA, a UE e o Mercosul continuam sendo os principais destinos, mas registra-se expressivo aumento de outros mercados. As exportações cresceram 24,8% para a Ásia, 46,1% para a Aladi (exceto Mercosul), 45,5% para a África e 31,7% para o Oriente Médio. “Os EUA importam 20% de nossas exportações e os outros 80% estão distribuídos para mais de 100 países”, informou.

Reaproximação favorece comércio entre os dois países

Em 2004, Brasil e Marrocos exibiram uma corrente de comércio, 37,7% maior do que no ano anterior, na orem de US\$ 589,90 milhões com mais de 200 produtos em pauta. O aumento foi atribuído pelo Embaixador do Brasil no Marrocos, Carlos Alberto Simas Magalhães, às “excelentes” relações políticas e à complementaridade comercial. “Vivemos uma feliz coincidência entre a política do presidente Lula de reaproximação com o mundo árabe e africano e o interesse de sua majestade o rei Mohammed VI em desenvolver a vertente atlântica do Marrocos”, observou.

A disposição dos governantes se deu em várias frentes. O primeiro passo foi iniciar um acordo de preferências tarifárias entre Marrocos e Mercosul e o segundo foi a assinatura de um acordo marco. No segundo semestre, deve ser assinado o acordo base com uma definição mais cla-

*De janeiro a abril deste ano,
as importações brasileiras
do Marrocos
aumentaram 46,8%
em comparação com
o mesmo período de 2004*

ra sobre as tarifas. Outra iniciativa foi o estabelecimento de uma lista de produtos junto à Índia, África do Sul e Marrocos que terão facilidades para ingresso nestes mercados. “Trata-se de um modelo interessante porque prioriza produtos e não regras; isso tem tudo para alavancar o comércio”, previu o Embaixador.

O Marrocos se prepara para crescer ainda mais. Dispõe de políticas para atração de investimentos externos; oferece vantagens fiscais, moderniza sua infra-estrutura com a construção de um



Ivan Ramalho – Secretário de Comércio Exterior, Jovelino de Gomes Pires – Secretário-Geral da AEB, Luís Cesário Amaro da Silveira – Presidente Secretário do Desenvolvimento da Produção, participaram dos painéis, apontando as perspectivas para o comércio bilateral Brasil-Marrocos.

grande porto em Tanger, norte do país, e com projetos de linhas férreas rápidas para Mauritânia e Senegal, além de estradas. “É um país que me convenceu, mesmo sendo eu uma pessoa mais cética. Não só pela estrutura, mas também, pela relação com os marroquinos e o objetivo comum de ampliarmos nossos comércios”, comentou.

O Ministro interino do Ministério do Desenvolvimento Indústria e Comércio Exterior, Márcio Fortes de Almeida, vislumbrou uma meta para o comércio bilateral Brasil-Marrocos, hoje em torno de US\$ 590 milhões anuais, nos próximos dois ou três anos: US\$ 1 bilhão. “Estamos

*Nos últimos 12 meses,
a corrente de comércio exterior
brasileira ultrapassou
pela primeira vez na história
os US\$ 170 bilhões*

procurando novos parceiros com trabalhos multilaterais, bilaterais e específicos, por isso nosso comércio não pára de crescer. Os dois países têm um campo muito mais amplo para explorar”, indicou o ministro interino.

De janeiro a abril deste ano, as importações brasileiras do Marrocos aumenta-

ram 46,8% em comparação ao mesmo período de 2004. No ano passado, as exportações brasileiras chegaram a US\$ 348,9 milhões e as importações a US\$ 241 milhões, com saldo favorável ao Brasil de US\$ 107,9 milhões.

O Brasil é o 10º fornecedor de produtos para o Marrocos, que é um dos principais parceiros brasileiros na África, ao lado do Egito, África do Sul e Argélia. Por isso, o presidente da Federação das Câmaras de Comércio, Indústria e Serviços do Marrocos, Abdelhakim Kemmou, frisou que os homens de negócio de lá estão “inteiramente dispostos” a reforçar os laços de colaboração



da ABIFER e Antônio Sérgio Martins Mello –

econômica. “Marrocos necessita de produtos agro-alimentares brasileiros e o Brasil de produtos marroquinos para desenvolver sua produção de cereais, por exemplo”, apontou Kemmou.

Abdelhakim completou que, pela importância recíproca atribuída pelos dois países, os empresários e agentes econômicos marroquinos sentem-se estimulados para aproveitar as oportunidades de negócio com os brasileiros. A participação marroquina foi completada com o Vice-Presidente da Federação Marroquina, Abdelhah Alami, que convidou a FCCE a visitar o Marrocos para uma rodada de negócios.

Governo brasileiro planeja investir R\$ 39,8 bilhões em infra-estrutura

Investimento em infra-estrutura é indispensável para manter o vigor de crescimento das exportações, o desempenho do PIB (5,2%, em 2004) e o aumento da produção industrial (8,3%, em 2004). Por isso, o Governo Federal planeja investimentos da ordem de R\$ 39,8 bilhões até final de 2006 em áreas como energia elétrica, petróleo e gás, ferrovias, hidrovias, saneamento básico, rodovias e portos.

A informação é do Secretário de Desenvolvimento da Produção do MDIC – Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, Antônio Sérgio Martins que revelou ainda, durante o Seminário Brasil-Marrocos, como o Brasil se prepara para conquistar novos anos de crescimento sustentado.

Martins demonstrou que há mais de 10 anos o país vive em estabilidade econômica e apontou o Risco-Brasil, por volta de 300 pontos, como prova de confiança internacional na economia brasileira. O secretário forneceu dados sobre o equilíbrio da inflação, queda no desemprego e sobre investimentos estrangeiros diretos que, depois de uma queda em 2001 e 2002, voltaram a crescer em 2003 e 2004.

“Inquestionavelmente, o Brasil entrou na rota de investimento com a China, a Índia, o México e a Rússia. Quando falamos Brasil, devemos pensar logo em América do Sul pois, agora, efetivamente, começamos a construir uma América do Sul no comércio”, opinou. Martins frisou a necessidade de investimentos em infra-estrutura para essas possibilidades se desenvolverem a contento.

O secretário revelou os setores prioritários em que o governo deve dividir os R\$ 39,8 bilhões – sozinho ou em PPPs – para superar estes gargalos. O setor de energia elétrica receberá cerca de R\$ 13,8 bilhões para ampliar a capacidade de transmissão, geração e distribuição. O setor de petróleo e gás é campo para mais R\$ 11,3 bilhões de investimento. Depois vêm os setores de ferrovias com R\$ 3 bilhões, hidrovias com US\$ 2 bilhões, saneamento básico com R\$ 4 bilhões, rodovias com R\$ 4,5 bilhões e portos com mais R\$ 1,2 bilhões. “A infra-estrutura é tema medular para o governo e assume papel absolutamente fundamental para o país”, classificou o secretário.

As PPPs (Parcerias Público Privadas), aprovadas no final do ano passado, abrangerão construção, financiamento, operação e manutenção com prazos de 5 a 35 anos, e possibilidade de complemento de tarifas pelo setor público. Para diminuir o risco de não pagamento por parte do setor público, existem dispositivos de pagamento contra-prestação garantidos por fundos privados bem como a criação de um órgão gestor com patrimônio de US\$ 2,2 bilhões.

Balança Comercial Brasil -Marrocos em US\$ bilhões

	2004	2003	Var. %
Exportação	348,9	226,5	54%
Importação	241,0	202,00	19,3%
Saldo	107,9	24,5	
Corrente de Comércio	588,9	428,5	37,7%

Banco do Brasil: o parceiro certo como diferencial na competição internacional

POR DANIEL AZEVEDO

Os *cases* apresentados durante os Painéis III e IV do Seminário Bilateral de Comércio Exterior e Investimentos Brasil-Marrocos pelo Banco do Brasil e SUFRAMA – Superintendência da Zona Franca de Manaus revelam algumas alternativas que podem determinar o sucesso nas exportações e importações.

Financiamentos com juros e prazos competitivos e competência nas operações de câmbio são apenas dois dos muitos serviços prestados pelo Banco do Brasil – líder no apoio ao comércio exterior – a exportadores e importadores. Maior banco brasileiro com ativos na ordem de US\$ 93 bilhões, o Banco do Brasil é líder no mercado de câmbio para exportação com 28,3% daquele mercado, com 22% no câmbio para importação e, também, no financiamento à exportação com 37%. O Banco do Brasil ostenta, ainda, 22,2 milhões de clientes, 14.450 agências no Brasil e 38 no exterior, em 21 países.

De acordo com o Gerente Executivo de Comércio Exterior do Banco do Brasil, Rogério Fernando Lot, uma série de iniciativas facilitam os trabalhos e criam as condições necessárias para os operadores de comércio exterior brasileiros. Ele enumerou pelo menos três ações específicas. A

primeira é que o banco tem 20 centros especializados no tema, com mais de 1.000 profissionais da área. A segunda é a existência de 15 agências preparadas com salas de negócio equipadas com toda a estrutura física, técnica e de pessoal. A terceira é a variedade de modelos de financiamento para pequenos, médio e grandes exportadores. “A linha de crédito mais conhecida no Brasil é a de adiantamentos sobre contratos, com prazos de até 360 dias antes do embarque ou 210 após, e taxas competitivas”, apresentou Lot ao acrescentar que neste modelo já foram financiados cerca de US\$ 4 bilhões em exportações neste ano. “Quais são os maiores obstáculos para a exportação? Burocracia, falta de informação, escassez de promoção, problemas logísticos e financiamento. Este seminário aponta so-

luções bem como o Banco do Brasil as oferece”, sintetizou Lot.

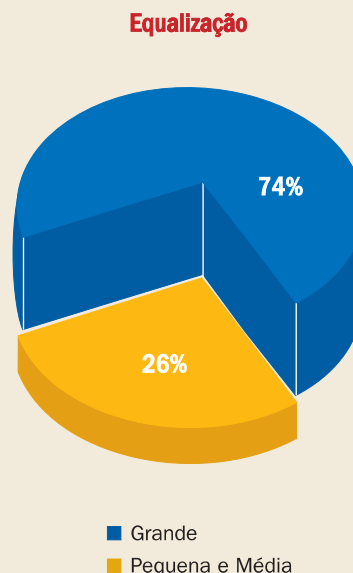
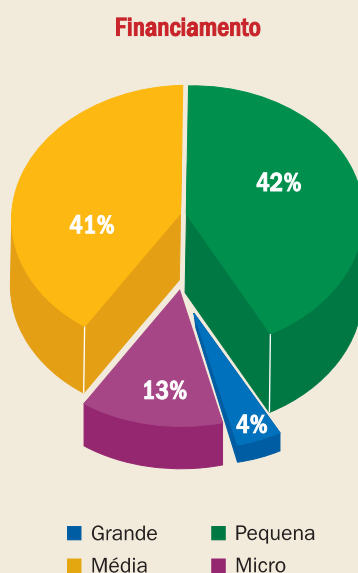
Do total da linha de adiantamento de contratos, 48% são de médias empresas, 14% de micro e pequenas e 38% de grandes. “Os financiamentos para exportação devem crescer cerca de 16% em 2005 e chegar a US\$ 10 bilhões. Um dos motivos é que o Banco do Brasil oferece a possibilidade de intermediar a obtenção de créditos em bancos internacionais”, acrescentou.

Outras linhas apontadas pelo gerente do Banco do Brasil foram o Proex – Programa de Financiamento das Exportações. Equalização – com 74% de grandes empresas – e o Proex Financiamento Direto. Nesta última modalidade, as taxas utilizadas são as taxas *libor*, de cerca de 3,5%, o que atraiu, de janeiro a abril de 2005, 260 exportadores e

PROEX – Participação das Empresas

Fonte: Banco do Brasil

Quantidade de operações em 2005 de janeiro a abril





Rogério Fernando Lot, gerente executivo do BB, o líder no mercado de apoio ao comércio exterior

O BB ostenta 22,2 milhões de clientes, 14.450 agências no Brasil, 38 no exterior, em 21 países, e o maior volume de ativos no setor bancário brasileiro

gerou US\$ 1 bilhão em exportações. “Na linha Financiamento Direto, 96% dos negócios são com pequenas e médias empresas. É um mecanismo que traz às empresas brasileiras competitividade em qualquer mercado no mundo”, garantiu.

Existe também uma linha de financiamento para inserção de empresas no comércio exterior que garante visita a feiras, remessas e, em especial, proteção contra variações no câmbio. Nestes termos, o Banco do Brasil já atendeu a cerca de 1.660 operadores. Os negócios via internet também foram lembrados por Lot dos quais já foram realizados cerca de US\$ 690 milhões em exportações, devido às soluções encontradas para entraves burocráticos.



“Este seminário aponta soluções que o BB pode viabilizar”, sintetizou Lot

Zona Franca de Manaus: excelência de resultado

Duas noções podem ser consideradas quando se analisa a SUFRAMA e a Zona Franca de Manaus. A primeira é a do exemplo notório de desenvolvimento regional a partir de instrumentos como incentivos fiscais e políticas favoráveis. A segunda é a de observar a Zona Franca de Manaus como um destino atraente para empreendedores do Brasil e do exterior.

Próxima de completar 40 anos, a Zona Franca de Manaus registrou um PIB de aproximadamente de US\$ 14 bilhões de dólares, cerca de 80 mil empregos diretos e mais de 480 mil indiretos com a produção de artigos de alto valor agregado como telefones celulares, motocicletas, televisores, concentrado para refrigerantes, monitores de computador, receptor de sinais via satélite, ar condicionado, lâminas de barbear, entre outros.

Tais produtos são feitos por pelo menos 184 empresas certificadas com o ISO 9000.

Neste contexto, a SUFRAMA, autarquia vinculada ao Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio, desenvolve diferentes estratégias para a consolidação, aumento da competitividade e promoção do PIM – Pólo Industrial de Manaus. Entre eles, estão o CLAD – Centro Logístico Avançado de Distribuição, na Flórida, EUA; o CT - PIM – Centro de Ciência, Tecnologia e Inovação do PIM; o CBA – Centro de Biotecnologia da Amazônia e a Feira Internacional da Amazônia. Estrutura que atrai empresas como Nokia, Gillette, Pepsi, Coca-Cola, Sony, Yamaha, Harley Davidson, Samsung, Siemens, Panasonic, entre outras.

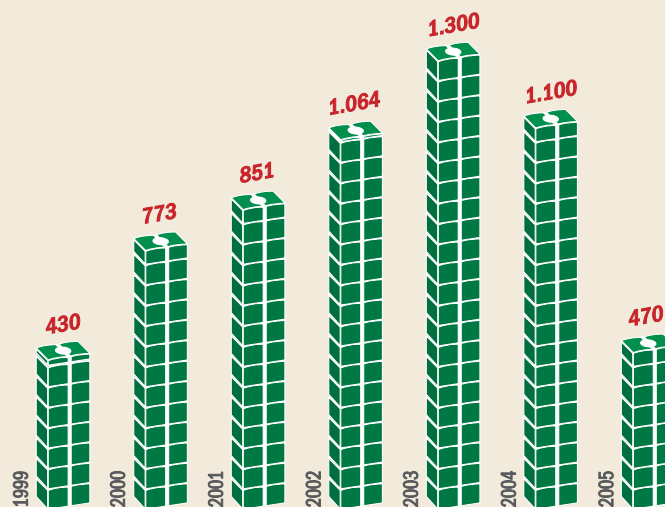
Para o Superintendente-adjunto da SUFRAMA, Oldemar Lanck, a estratégia adotada busca melhorar os resultados já obtidos ampliando a variedade de produtos, tanto de alto valor agregado como básicos e semimanufaturados, e aumentando as exportações. Por exemplo: o CLAD



Oldemar Lanck, superintendente adjunto da SUFRAMA: estratégia para melhorar resultados

Evolução das Exportações do PIM – em milhões de US\$

Fonte: SUFRAMA



responde por 30% dos US\$ 1,1 bilhão exportados pela ZFM em 2004; o CT – PIM aplica conhecimento científico de 15 instituições de pesquisa na produção; o CBA utiliza 26 laboratórios para incubação de novas empresas; a Feira Internacional da Amazônia – marcada para 30 de se-

tembro de 2006 – atrai interessados do mundo inteiro.

Assim, com incentivos fiscais, notoriedade internacional, apoio tecnológico e de infraestrutura, o superintendente prevê mais crescimento sustentado no interior da Amazônia.



A Associação de Comércio Exterior do Brasil – AEB editou a publicação Bases e Fundamentos para o Programa de Eliminação de Barreiras Internas à Exportação

Segundo Benedicto Fonseca Moreira, o trabalho apresenta, ordenadamente, o universo do que seriam as bases e os fundamentos de uma política brasileira de comércio exterior dinâmica e competitiva.

O 24º Encontro Nacional de Comércio Exterior discutiu o tema cujos pontos principais compõem o Encarte Especial do Informativo de Comércio Exterior, de outubro de 2004, também publicado pela AEB.



**Associação de
Comércio Exterior
do Brasil - AEB**
Brazilian Foreign Trade Association

Brasil e Marrocos se encontram em *O Clone*

Um dos produtos de maior sucesso na pauta de exportação do Brasil é a sua teledramaturgia. Com uma bem acabada produção, histórias criativas e releituras de obras literárias, o país tem chegado aos mais diversos continentes. A diversidade da cultura, a riqueza da música, a beleza da gente e os conflitos de uma sociedade em constante discussão de sua identidade têm mercado internacional garantido.



O Clone: uma história de amor que aproxima duas culturas

Desde 1973 as novelas brasileiras são exportadas para cerca de 120 países e rendem milhares de dólares para as emissoras de televisão. Somente a Globo fatura cerca de US\$ 30 milhões por ano com a venda de suas novelas para os mais diversos países. Russos, australianos, chineses, japoneses, alemães, espanhóis, egípcios, norte-americanos, portugueses, suecos e mais uma infinidade de etnias tiveram a oportunidade de conhecer as histórias e personagens da dramaturgia brasileira.

O maior sucesso

O Clone, de Glória Perez, dirigida por Jayme Monjardim foi um dos maiores sucessos de audiência da TV Globo.

Tendo como cenário as misteriosas paisagens vermelhas e alaranjadas do deserto marroquino e o azul das belas praias e o verde das montanhas da paisagem carioca, a novela marcou o encontro entre dois povos tão diferentes, mas que têm na ale-

gria de viver e na solidariedade suas marcas registradas, o povo marroquino e o povo brasileiro.

O enredo conta a história de amor da muçulmana, Jade (Giovanna Antonelli) e do carioca Lucas (Murilo Benício). O primeiro encontro dos dois aconteceu no Marrocos, onde Lucas passava férias com a família. Separados por diferenças culturais, ambos se casam em seus países e formam famílias. Lucas era irmão gêmeo de Diogo, de quem, depois de morto, o geneticista Albieri (Juca de Oliveira), resolve fazer um clone, Leandro, que cresce sem saber da existência de seu irmão-clone.

Além de uma história de amor muito bem narrada, *O Clone* despertou o interesse do público e da mídia, por colocar em discussão diversos temas polêmicos que, à época, tomavam conta do noticiário: a clonagem humana e a dependência química. Além disso, discutia os conflitos de identidade da sociedade marroquina e muçul-

mana, seguidora do Islã, em constante crise com a sociedade árabe não ortodoxa.

O Clone discutiu hábitos e costumes das duas ricas culturas, a muçulmana representada pela família de Ali (Stênio Garcia) e a brasileira, pelo núcleo familiar do empresário Leônidas (Reginaldo Farias). A música, a culinária, a religião, as relações afetivas, a vida da mulher numa sociedade patriarcal e fechada foram, aos poucos, sendo apresentados aos brasileiros.

Equipe afinada como uma orquestra

Mais do que uma obra de teledramaturgia, *O Clone* exigiu uma verdadeira operação de planejamento técnico e logístico. O diretor e sua equipe viajaram para o Marrocos com parte do elenco e inúmeros técnicos, além de 900 quilos de equipamentos, e lá filmaram as primeiras cenas da obra, durante 40 dias.



O trabalho minucioso da escolha das locações, os figurinos, a maquiagem e a ambientação exigiram do diretor Jayme Monjardim, da equipe de produção e do elenco, planejamento logístico e integração com a população. Os espectadores marroquinos aprovaram

Para Jayme Monjardim, dirigir *O Clone* foi uma experiência única: “Filmamos no deserto do Saara, sob temperatura de 53°, mobilizamos uma caravana de 25 dromedários, 12 homens do deserto, transformamos lojas de Fez em camarins e salas de cortes e filmamos até 10 cenas por dia, sempre com o cuidado de não interferir na vida dos marroquinos, pois não podíamos parar a vida da cidade.”

O primeiro desafio, segundo Monjardim, foi encontrar o tom certo para *O Clone*. “O Marrocos é um país de tons vermelho-alaranjado, que estão no pôr-do-sol do deserto, nos tapetes, nos tecidos, nas especiarias. Como levar essa cor para *O Clone* passou a nortear toda a preparação da novela: do figurino ao cenário, da interpretação à fotografia, dos diálogos à trilha sonora, da arte à iluminação. Eu e os outros diretores, Marcos Schechtman, Teresa Lampreia e Mario Bandara, trabalhamos para encontrar o ponto exato desse equilíbrio, afinar tudo e todos, como se regêssemos uma orquestra.”

Tudo foi motivo de surpresa para a equipe, as mulheres de túnicas longas e rostos cobertos que falavam pelos olhos; as mesquitas, casas de orações onde só podem entrar muçulmanos; o chamado para as orações; as fontes com pétalas de rosas; cabeças de cabras expostas nos mercados; os camelos do deserto; o costume do povo de propor trocas; a dança do ventre; a paixão das mulheres pelo futebol. Imprevistos também marcaram a viagem: por causa do calor câmaras paravam de funcionar; solas de sapatos descolavam em contato com o solo quente. Até uma cobra venenosa apareceu, perto da tenda onde eram gravadas as cenas de amor entre Jade e Lucas. De volta ao Rio a correria continuou. Nos estúdios, em Jacarepaguá, uma cópia da cidade de Fez, onde circulavam 50 figurantes por cena, foi montada pelos cenógrafos da equipe.

O Clone deu oportunidade aos brasileiros de conhecer um pouco mais essas duas ricas realidades, muitas vezes confundidas no imaginário popular. A obra de Glória Peres mostrou os mistérios do deserto, a beleza das mesquitas, o comércio nas

medinas, rituais, tradições milenares da amplitude cultural do mundo árabe, sobretudo do Marrocos.

O último capítulo da novela bateu recorde histórico do horário de transmissão, chegando ao pico de audiência de 68 pontos, com *share* (número de televisores ligados em cada canal) de 77 pontos. Até então o recorde de audiência era da novela “Laços de Família” (que também foi exportada), com marca de 59 pontos em média.

Casos de sucesso em *O Clone*:

Devido ao grande sucesso da novela na Romênia, os programadores do canal ACASA mudaram a programação, que inicialmente estava prevista para ir ao ar somente aos sábados e domingos, e passou a exibi-la sete vezes por semana (de domingo a sábado).

Durante a exibição nos EUA, a TELE-MUNDO incrementou a sua audiência em até 78%, e pela 1ª vez na história liderou a audiência no Prime-time. Em janeiro de 2002 a novela recebeu destaque no THE WALL STREET JOURNAL. Foi constatado um grande aumento no número de crianças batizadas com o nome JADE (protagonista vivida por Giovanna Antonelli) durante a exibição da novela nos EUA.

Na Argentina a novela começou a ser exibida no *slot* das 3pm e devido ao grande sucesso foi transferida para o Prime-Time. Neste horário a ARTEAR segue líder absoluta alcançando muitas vezes audiência maior que todos os demais canais juntos.

No canal ECUAVISIA (Equador) a novela ficou entre os 5 programas de maior audiência.

Assim como aconteceu no Brasil, a novela recebeu vários prêmios de reconhecimento internacional pela qualidade de sua produção, direção e efeitos especiais.

A TV Globo foi muito premiada tanto no Brasil quanto no exterior pela Campanha Institucional anti-drogas realizada durante a exibição da novela. Diversas Instituições e ONG's espalhadas por todo o mundo reconheceram a importância desta campanha.

O diretor da novela Jayme Monjardim e a autora Glória Perez receberam diversos prêmios nacionais e internacionais.

Maravilhas para lá de Marrakesh

*Rei Mohammed VI
estabeleceu meta de 10
milhões de turistas por
ano até 2010*



As belas mesquitas, com seus minaretes, são uma presença constante na arquitetura marroquina

DANIEL AZEVEDO

Pensar em Marrocos é imaginar maravilhosas praias, construções com séculos de histórias, praças abarrotadas de comércio das mais variadas especiarias e artesanatos, o deserto do Saara, a mística árabe... Sim, Marrocos é tudo isso e ainda reserva uma série de deleites só permitidos a quem o visita pessoalmente.

Pois está ficando cada vez mais confortável viver tais prazeres. O governo marroquino do Rei Mohammed VI vai investir US\$ 10 bilhões nos próximos anos para ampliar os atuais 4,2 milhões de turistas anuais para 10 milhões a partir de 2010. As áreas preferenciais são a infra-estrutura de auto-estradas (com US\$ 5,6 bilhões) e os hotéis (com US\$ 4,4 bilhões). Um convênio bilateral com o Brasil deve permitir, através do Senac, maior qualificação a trabalhadores da rede hoteleira do Marrocos.

Mundialmente reconhecido pelo turismo, Marrocos possui mais de 1.100 km de litoral divididos entre o Oceano Atlântico e o Mar Mediterrâneo, além de ter quase metade de seu território ocupado pelo deserto mais famoso do mundo: o Saara. Este “isolamento” no extremo no-

roeste da África fez o atual Marrocos ser conhecido por viajantes que venciam o deserto em tempos remotos como a terra onde o Sol morre.

A riqueza cultural e histórica do país é um atrativo à parte. Local de passagem de mercadores, religiosos, povos e viajantes, o desenvolvimento do país passa alguns dos mais importantes momentos da história mundial.

Separado por 14 km da Europa pelo estreito de Gibraltar, a região já foi dominada por portugueses, espanhóis e franceses. Árabes e europeus deixaram testemunhos artísticos de sua presença que são admirados, até hoje, por turistas de todo o mundo.

Casablanca, na costa atlântica, inspirou a criação do mais assistido filme romântico de todos os tempos. Casablanca, o fil-

me, marcou época com as atuações de Humphrey Bogart e Ingrid Bergman, em 1942, e projetou a imagem da cidade por todo o planeta. Suas casas brancas, a exemplo da capital, Rabat, fizeram com que portugueses, e depois os espanhóis, a batizassem com este nome.

Com o mesmo *glamour*, Tânger, no litoral mediterrâneo, possui 16 km de belas praias e a preferência de artistas e intelectuais do mundo inteiro. O escritor americano Paul Bowles escreveu

*O Marrocos possui mais de
1.100 km de litoral
divididos entre o
Oceano Atlântico e o
Mar Mediterrâneo
e está a 14 km da Europa*

“O céu que nos protege”, que depois virou filme, inspirado nos encantos da cidade depois de morar por muitos anos em Tânger.

A ação dos invasores durante a Idade Média criou a necessidade de as cidades serem defendidas por enormes muralhas que, ainda hoje, impressionam pela beleza. A cidade de Meknes, por exemplo, ainda mantém um grande muro, de 25 km de extensão e 15 metros de altura, ao seu redor.

A variedade dos tipos humanos e o exotismo das vestimentas marroquinas chamam a atenção dos visitantes ocidentais



Política de Turismo

Desde o discurso do rei Mohammed VI, em janeiro de 2001, durante a Reunião Nacional de Turismo, o país adotou uma nova política de parcerias entre os poderes públicos e empreendedores do setor, com o objetivo de alcançar 10 milhões de turistas por ano até 2010, desenvolvendo o eminente potencial turístico do país.

Uma das principais medidas é a implementação do Plan Azur, que objetiva o estabelecimento de 58.900

leitos de capacidade em cinco estações turísticas, entre elas Lixus, Saidia, Mazagan, Taghazout e Mogador. Além disso, estão previstos a linha de financiamento Renovotel pelo Fundo Hassan II; cursos de formação profissional; a criação do Observatório Nacional do Turismo; o compromisso da construção de 50 novos hotéis por ano até 2010, a partir de linhas de crédito adaptadas às necessidades do setor.



À noite, ao ar livre, na Praça Djemma el Fna, em Marrakesh, marroquinos e visitantes juntam o comércio à diversão

Principais centros turísticos

Tânger

Situada no ponto de encontro do Oceano Atlântico e o Mediterrâneo, Tânger domina o estreito de Gibraltar. A sua proximidade da Europa, a cerca de 14 Km, permitiu-lhe ter, desde a antiguidade, laços privilegiados com o continente. Entre 1923 e 1956, a cidade foi colocada em regime de administração internacional. Nos anos 1940, Tânger foi a escolha por excelência de artistas e escritores estrangeiros: Tennessee Williams, Paul Bowles, Jacques Majorelle, Paul Morand... Cruzamento marítimo e cultural entre os continentes europeu e africano, Tânger é o primeiro porto de viajantes de Marrocos.



A gastronomia marroquina tem uma enorme variedade de pratos, além do cuscuz, famoso internacionalmente

Rabat

Capital do reino, Rabat é carregada de história e vestígios. As suas extraordinárias muralhas, que se estendem sobre muitos quilômetros, dão à esta cidade um atrativo muito particular. *Salé*, a cidade gêmea (refúgio dos corsários) é situada na outra margem do Rio Bouregreg e tem igualmente a sua parte na história de Marrocos.

Casablanca

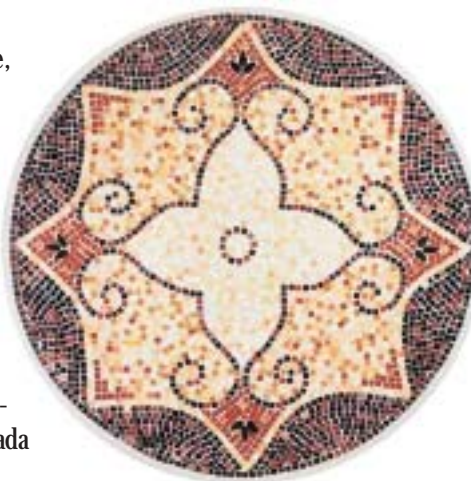
Chamada *Anfa* pelos primeiros habitantes berberes, Casablanca foi a capital durante quatro séculos. Por causa dos piratas, os portugueses ocupam a cidade em 1575 e dão-lhe o nome de Casa Branca. Os estragos provocados pelas tribos vizinhas e pelo terremoto de 1755 obrigam-nos a deixar a cidade. Reconstruída em 1757 pelo sultão Sidi Mohamed Ben Abdellah, volta a ser Dar El Beida (a Casa Branca). Para tornar a cidade mais próspera, o sultão deixa os espanhóis instalarem-se na cidade, a que deram o nome de Casablanca. A partir de 1926, Casablanca conhece um crescimento considerável e torna-se o primeiro porto comercial do Marrocos, um ponto de escala importante entre a Europa, a América, o Médio Oriente e o resto da África. Hoje em dia, *Casablanca* é o coração da atividade econômica e financeira do reino.

Essaouira

Seu primeiro nome, Amogdoul, foi transformado pelos portugueses, no século XV, em Mogador. Essa pequena cidade é uma das mais atrativas da costa atlântica. Graças ao seu clima temperado ao longo do ano, Essaouira foi muito apreciada desde a antiguidade.

Em 1764, o Sultão Alaouite Sidi Mohamed Ben Abdellah toma a decisão de fazer deste porto uma base naval e confia ao engenheiro Théodore Cornut, prisioneiro francês, a preparação do traçado da cidade.

Essaouira é, desde muito anos, um dos mais importantes pólos da criação artística de Marrocos. Existem na cidade várias galerias onde estão expostas obras de pintores e escultores marroquinos. Essaouira é igualmente um centro de encontros de músicos nacionais e internacionais. Desde 1998, o Festival Gnaoua tem lugar nesta cidade uma vez por ano, em junho. Este festival tem com originalidade o fato de associar as músicas tradicionais e o *jazz*.



Agadir

É no ano 1505 que esta região entra para a história, devido à construção, por um português, de um pequeno forte, chamado Santa Cruz de Cap de Gué, ao norte da atual cidade. A prosperidade da cidade começou nos anos 1540 sobre o reinado dos soberanos Saadiens. Depois do terremoto de 1960, a cidade foi reconstruída.

Agadir tem 300 dias de Sol por ano e uma temperatura suave, que lhe confere o título da estação balneária mais importante de Marrocos.

Fez

Fundada em 789 pelo sultão Idriss II, filho de Idriss I fundador da dinastia Idrisside, é a cidade mais antiga de todas as cidades imperiais. Fez foi sempre o centro religioso, cultural e artístico do reino. A celebre mesquita-universidade El Qaraouiye, criada no século IX, é a mais antiga universidade do mundo árabe islâmico. A sua antiga Medina, Fez El Bali, é o lugar mais interessante do país pelas ruas estreitas, os vestígios e os diferentes *souks*.

O Brasil tem participado do Rali Paris-Dakar. Grande parte do percurso da prova desenvolve-se no deserto marroquino





Marrakesh

Fundada no século XI pelo sultão Almorvide Youssef Ben Tachfine, é a segunda cidade imperial depois de Fès. Chamada a cidade vermelha ou a pérola do sul, Marrakesh é uma cidade que fascina os seus visitantes pelas suas cores contrastantes : a cor vermelha das casas, o verde das palmeiras, e o branco das montanhas do Haut Atlas. A grande cúpula da mesquita Koutoubia domina a cidade. A grande muralha de mais de 12 quilômetros e a imensidade da seu palmeiral dão lhe um aspecto único.



Mosaicos, pinturas e colunas marroquinos denotam influência árabe e européia. Nas cidades, o colorido das construções brilha à luz do Sol constante. No interior, a utilização da areia do deserto nas edificações cria um cenário inusitado. A escalada das altas montanhas do sul, constitui uma das mais destacadas formas de lazer no país.

Câmara de Comércio Internacional

Mais agilidade na resolução de conflitos é meta a ser cumprida

Corte de arbitragem define regras no comércio internacional

JOSÉ MARIA PEREIRA

Ao atingir US\$ 100 bilhões em exportações em 12 meses, o Brasil entrou no seleto rol dos grandes fornecedores mundiais. Hoje, o país está no topo do pódio quanto à exportação de carne bovina, de frango, laranja, soja e etc. Recordes de produção, aumento 'constante' nas vendas externas e no superávit da balança comercial são resultados que extrapolam as manchetes dos jornais, ao fazerem o Brasil, pouco a pouco, ampliar suas fronteiras comerciais e conquistar os mais diferentes mercados.

As recentes conquistas do comércio exterior brasileiro não seriam concretas sem o apoio incontestável do Governo Federal, que percebeu a importância do setor para a economia e passou a instituir sucessivas políticas de incentivo à exportação, bem como o esforço contínuo de empresários e instituições de classe como a AEB – Associação de Comércio Exterior do Brasil, a FCCE – Federação das Câmaras de Comércio Exterior e a CCI – Câmara de Comércio Internacional.



Theóphilo de Azeredo Santos, primeiro sul-americano a se tornar o Presidente da Câmara de Comércio Internacional, é o atual Presidente do Comitê Brasileiro

Com quase oito décadas de experiência na construção de regras para dirigir e facilitar as relações de comércio internacional, a CCI, com sede mundial em Paris, tem consolidado sua atuação também no Brasil, tanto nos contratos, como em todas as cláusulas que regem as negociações comerciais internacionais.

*A corte de arbitragem da CCI
julgou cerca de
500 conflitos, em 2004,
alguns de empresas brasileiras*

Segundo o presidente da CCI no Brasil, Theóphilo de Azeredo Santos, os modelos implementados pela instituição são seguidos em todo o mundo. A CCI conta com uma série de comissões (Comissão Bancária, Comissão de Seguros, Comissão de Multinacionais, Comissão de Comércio Exterior e etc) compostas por especialistas de várias nacionalidades para discutir, sob o aspecto internacional, todos os temas referentes à prática comercial. “Os modelos implementados pela CCI dão maior segurança, velocidade e qualidade às operações comerciais internacionais”, garantiu.

Como suporte ao comércio internacional, a CCI mantém a Corte de Arbitragem. Esta corte é uma das maiores e mais respeitadas do mundo e presta-se a solucionar conflitos entre empresários dos mais diversos lugares do planeta. A Corte de Arbitragem da CCI julgou, no ano passado, cerca de 500 conflitos, entre eles, alguns de empresas brasileiras.

Das vantagens que a corte de arbitragem oferece, destacam-se a possibilidade de os empresários poderem escolher o árbitro do conflito e a agilidade em que a decisão é tomada. Juízes de diversos países, inclusive do Brasil, compõem a corte de arbitragem da CCI. Todos os juízes brasileiros foram sugeridos pelo comitê brasileiro da instituição.



O presidente da CCI, primeiro à esquerda, na foto, participou da mesa de abertura do Seminário Bilateral Brasil-Marrocos e elogiou a atuação do embaixador Simas Magalhães.

A vasta experiência do professor Theóphilo de Azeredo Santos na área de comércio exterior o levou comandar a CCI em Paris, antes de assumir a presidência do órgão no Brasil. “Eu fui o primeiro latino-americano a exercer a presidência da organização”, lembrou. A CCI também realiza seminários, mesas redondas e congressos internacionais, bienalmente.

O presidente de CCI esteve presente no Seminário Bilateral de Comércio Exterior e Investimentos Brasil-Marrocos, realizado no dia 12 de maio, no Rio de Janeiro, que contou com a presença de inúmeros empresários brasileiros e marroquinos. Para ele, a grande vantagem do Seminário é a aproximação que se perpetua entre brasileiros e estrangeiros, em um ambiente destinado a encontrar soluções para os entraves. “O comércio exterior vive em função de negócios; há dúvidas, incertezas, problemas tributários, jurídicos, práticos e alfandegários. A organização desses seminários é muito importante porque aqui se discutem as

dificuldades e se buscam as soluções”, comentou.

Outra vantagem que o Seminário proporciona é a difusão de informações sobre os mais diversos mercados. “Não temos que ficar dependentes, nem dos EUA e nem da Europa, mas, sim, atuar em todas as regiões do globo, porque esse conjunto de negociações pode favorecer a balança de pagamentos do Brasil e, portanto, dar condições também para nós importarmos”, avaliou.

No que se refere à relação comercial entre Brasil e Marrocos, o presidente da CCI fez uma avaliação positiva e otimista. “Felizmente nós temos um excelente embaixador, que está trabalhando muito bem. Eu acredito que a tendência do intercâmbio é crescer. A realização dos Seminários contribui com o fortalecimento das relações e facilita ainda mais as negociações. Eu acho que o embaixador Simas está no caminho certo pois tem feito um trabalho muito bem qualificado. Isso assegura o crescimento do comércio Brasil-Marrocos”.

Tendência é enfatizar as relações comerciais em blocos econômicos

Os maiores problemas do comércio exterior brasileiro não são as barreiras externas, e sim as barreira internas

JOSÉ MARIA PEREIRA

O estágio atingido pelo Brasil em suas relações comerciais não permite improvisos. O comércio exterior, como fator estratégico do processo de desenvolvimento, necessita ser organizado como pilar de sustentação do desenvolvimento econômico e social. “A tendência no momento é enfatizar as relações comerciais com a visão, principalmente, em blocos econômicos como a União Europeia, Mercosul, e países ‘preferenciais’, como a China, EUA, Índia e Japão”, analisa o presidente da AEB – Associação de Comércio Exterior do Brasil, Benedicto Fonseca Moreira.

Para ele, o ciclo de Seminários com esse objetivo, organizado pela da FCCE – Federação das Câmaras de Comércio Exterior, alcança países como Portugal, Bélgica, Holanda, Marrocos, Israel, Nicarágua, entre outros, e permite detectar problemas e oportunidades importantes para os empresários. Segundo o presidente, a AEB tem priorizado ações macro-políticas por entender que, em primeiro lugar, a política de comércio exterior brasileira ainda é frágil – embora instrumento estratégico de sustentação do crescimento econômico; e em segundo lugar, porque inexistente política ordenada e sistêmica de exportação de serviços – embora haja déficit histórico. “Estas duas realidades sustentam vulnerabilidade externa efetiva ou potencial, cujo caráter estrutural precisa ser eliminado”, advertiu Benedicto Moreira.



Segundo Benedicto F. Moreira, o sistema tributário na exportação é absolutamente irracional

“O setor privado brasileiro acreditou e se preparou para o atual crescimento. Mas o governo, com raras exceções, não fez sua parte”,
apontou o presidente da AEB,
Benedicto Fonseca Moreira

Os maiores problemas do comércio exterior brasileiro, de acordo com a vice-presidente executiva da AEB, Lúcia Maldonado, não são as barreiras externas, mas as internas que ainda cerceiam e limitam a ação empresarial. Ou seja, faltam armazéns gerais, ferrovias, rodovias e uma logística moderna, além do excesso de burocracia e carga tributária.

De acordo com o Presidente da AEB, desde que assumiu, o Presidente Lula incluiu nas suas prioridades a política industrial e a de exportação. “O setor privado

acreditou e se preparou. Houve avanços na produtividade e na ação externa, mas, o governo, com raras exceções, não fez a sua parte”, afirmou.

Na avaliação de Benedicto Moreira, a política industrial, de importância determinante para a exportação, “somente agora e com muito esforço começa a sair do ‘forno’, mesmo assim, em confronto com as políticas tributária e cambial”. Segundo o presidente, a política de exportação do Brasil ainda é “claudicante, indefinida e incerta, pela ausência de visão e ação abrangente, que permita ao empresário se programar no longo prazo e superar a incerteza da capacitação competitiva, em curto e médio prazos”.

Os avanços ocorreram, segundo Benedicto Moreira, principalmente no que se refere à informação, na reorganização pró-ativa da promoção comercial por meio da APEX e na melhoria recente na postura do BNDES – Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social. “Avanços que se devem pela ação persistente, interna e externa, do Ministro do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, Luiz Fernando Furlan”, disse.

Problemas

De acordo com o presidente da AEB, a ação principal para levar o País a aumentar ainda mais a sua participação comercial internacional, é a política de facilitação de investimentos, para ampliar a produção e dar saltos na produtividade, com incorporação de novas tecnologias. “Não há espaço para a política de gangorra”, frisou.

Também é imprescindível desmontar a “irracional” burocracia definida na interveniência na exportação por meio de atos dispersos, de cerca de 15 ministérios, com aproximadamente 3.000 atos executivos, mais de 1.000 anuências prévias, 300 leis e 600 decretos. “Estas são exigências fiscais superadas, ao confundir controle com mera burocracia. O sistema tributário na exportação é absolutamente irracional”, ponderou.

A taxa de câmbio valorizada, conforme a avaliação de Moreira, é fator negativo à exportação e forte inibidor de em-



Vice-presidente executiva da AEB, Lúcia Maldonado, garante que as dificuldades do comércio exterior são as barreiras internas

A regulamentação do setor

tem mais de

3.000 atos executivos,

1.000 anuências prévias,

300 leis e 600 decretos

pregos. Além disso, o presidente da AEB lembrou que o sistema de financiamento à exportação é fraco e o sistema de transporte e sua logística são de má qualidade, impondo pesado custo à exportação.

Um estudo do Banco Mundial mostrou que a desestruturação do sistema de transportes no Brasil é tão perversa que obriga o setor industrial a carregar estoques, com nível entre 200% a 300% aci-

ma dos níveis registrados na OCDE e nos Estados Unidos. “Essa é uma brutal imobilização, que capitalizada a juros reais anuais de 15%, alcançaria cerca de 4% do PIB ou US\$ 21 bilhões anuais”.

Das dificuldades no segmento, pesa ainda, a ausência de eficiente sistema multimodal e a desestruturação portuária, por onde se escoam cerca de 95,5% da tonelagem exportada. “O problema dos portos não se prende apenas à necessidade de investimentos e dragagem mas, sobretudo, à gestão estatal pouco eficiente, que precisa ser desestatizada”.

“O Brasil precisa de políticas consistentes de desenvolvimento econômico baseadas não em uma postura negativa repressiva, mas na crença da ação positiva do aumento permanente da produção e oferta de bens e serviços”, finalizou Moreira.

Marrocos Principais Produtos

Fonte: SISCOMEX

Seq.	NCM	Descrição
TOTAL GERAL		
TOTAL DOS PRINCIPAIS PRODUTOS EXPORTADOS		
1	17019900	OUTS. AÇUCARES DE CANA, BETERRABA, SACAROSE QUIM. PURA, SOL
2	17011100	AÇÚCAR DE CANA, EM BRUTO
3	72069000	FERRO E ACOS NÃO LIGADOS OU EM OUTRAS FORMAS PRIMÁRIAS
4	72071110	BILLETS DE FERRO/AÇO, C < 0.25, SEC. TRANSV. QUAD/RET.L < 2E
5	15071000	ÓLEO DE SOJA.EM BRUTO, MESMO DEGOMADO
6	87042310	CHASSIS C/MOTOR DIESEL E CABINA, CARGA > 20T
7	87060010	CHASSIS C/MOTOR P/VEICS. AUTOMÓVEIS TRANSP. PESSOAS > = 10
8	44071000	MADEIRA DE CONIFERAS, SERRADA/CORTADA EM FLS .ETC, ESP > 6MM
9	26070000	MINÉRIOS DE CHUMBO E SEUS CONCENTRADOS
10	12010090	OUTROS GRÃOS DE SOJA, MESMO TRITURADOS
11	87033210	AUTOMÓVEIS C/MOTOR DIESEL, 1500 < CM3 < = 2500, ATÉ 6 PASSAGEIROS
12	87012000	TRATORES RODOVIÁRIOS P/SEMI-REBOQUES
13	84291190	OUTROS "BULLDOZERS" E "ANGLEDZERS", DE LAGARTAS
14	87032100	AUTOMÓVEIS C/MOTOR EXPLOSÃO, CIL < = 1000CM3
15	84181000	REFRIGERADORES COMBIN.C/CONGELADORES, PORTA EXT. SEPARADA
15	87042210	CHASSIS C/MOTOR DIESEL E CABINA, 5T < CARGA < = 20T
17	84131100	BOMBAS P/DISTRIB.COMBUSTIV/LUBRIF. EM POSTOS SERVIÇO ETC
18	24012030	FUMO N/MANUF. TOTAL/PARC. DESTAL. FLS .SECAS ETC. VIRGINIA
19	73030000	TUBOS E PERFIS OCOS.DE FERRO FUNDIDO
20	87079090	CARROÇARIAS PA/VEIC. AUTOMOV, TRANSP > = 10PESSOAS OU P/CARGA
21	84292090	OUTROS NIVELADORES
22	48025592	PAPEL KRAFT, FIBRA PROC. MEC < = 10.40G/M2 < = P < = 150G/M2
23	84182100	REFRIGERADORES DE COMPRESSÃO.DE USO DOMÉSTICO
24	87019090	OUTROS TRATORES
25	87163900	OUTROS REBOQUES E SEMI-REBOQUES P/TRANSP DE MERCADORIAS
26	39021020	POLIPROPILENO SEM CARGA, EM FORMA PRIMÁRIA
27	48025610	PAPEL FIBRA MEC < = 10%, 40 < = P < = 150G/M2, FLS. LADO < = 360MM
28	53041000	SISAL/OUTRAS FIBRAS TÊXTEIS "AGAVE", EM BRUTO
29	87112010	MOTOCICLETAS C/MOTOR PISTÃO ALTERNAT. 50CM3 < CIL < = 125CM3
30	84184000	CONGELADORES (FREEZERS) TIPO ARMÁRIO, CAPACIDADE < = 900L
31	09011110	CAFÉ NÃO TORRADO, NAO DESCAFEINADO, EM GRÃO
32	48041900	OUTS. PAPÉIS/CARTÕES "KRAFTLINER", P/COBERT. EM ROLOS/FLS
33	40112090	OUTROS PNEUS NOVOS PARA ÔNIBUS OU CAMINHÕES
34	32012000	EXTRATO TANANTE, DE MIMOSA
35	87032210	AUTOMÓVEIS C/MOTOR EXPLOSÃO, 1000 < CM3 < = 1500, ATÉ 6 PASSAG
36	52094210	TECIDO DE ALGODÃO > = 85, FIO COLOR. DENIM. INDIGO, P > 200G/M2
37	84581199	OUTROS TORNOS HORZ. P/TRAB. METAIS. C/CMDO. NUMER.
38	24011090	OUTROS FUMOS NÃO MANUFATURADOS.NÃO DESTALADOS
39	40116390	OUTS PNEUS NOVOS, P/VEIC. CONSTR. ARO > 61CM, ESPIN
40	73211100	APARELHOS P/COZINHAR/AQUECER, DE FERRO ETC. COMBUSTIV. GAS
41	39201099	OUTRAS CHAPAS DE POLÍMEROS DE ETILENO, N/REFORÇADAS ETC.
42	64069990	OUTRAS PARTES DE CALÇADOS ETC. DE OUTRAS MATÉRIAS
43	48043990	OUTROS PAPÉIS/CARTÕES KRAFT, P < = 150G/M2, EM ROLOS OU FOLHA
44	39079100	OUTROS POLIÉTERES NÃO SATURADOS.EM FORMAS PRIMÁRIAS
45	64039900	OUTROS CALÇADOS DE COURO NATURAL
46	94021000	CADEIRAS DE DENTISTA/SALÕES DE CABELEIREIRO ETC., PARTES
47	16023200	PREPARAÇÕES ALIMENTÍCIAS E CONSERVAS DE GALOS,GALINHAS
48	40111000	PNEUS NOVOS PARA AUTOMÓVEIS DE PASSAGEIROS
49	20081900	OUTS. FRUTAS DE CASCA RIJA, OUTS. SEMENTES. PREPARS/CONSERV
50	40082100	CHAPAS, FOLHAS ETC. DE BORRACHA VULCAN. N/ALVEOL N/ENDUREC

2005 (Jan/Abr)			2004 (Jan/Abr)			Var. ReL
Valor/US\$ F.O.B.	Part. %	Peso /KG	Valor/US\$ F.O.B.	Part. %	Peso/Kg	05/04-Jan/Abr
142.929.264	100,00	495.050.440	122.407.675	100,00	601.536.425	16,76
142.495.080	99,70	494.864.650	61.817.651		252.284.871	
37.934.825	26,54	186.760.858	12.188.299	9,96	90.601.000	211,24
30.314.431	21,21	169.159.163	15.973.125	13,05	122.175.000	89,78
16.368045	11,45	47.071.540	-	-	-	-
10.372.942	7,26	30.695.974	-	-	-	-
7.652.494	5,35	16.002.707	11.799.440	9,64	19.600.000	-35,15
4.134.151	2,89	489.575	419.670	0,34	69.359	085,10
4.082.426	2,86	429.993	1.090.219	0,89	144.086	274,46
3.425.238	2,40	11.180.135	2.106.612	1,72	9.641.272	62,59
3.369.853	2,36	8.365.155	647.559	0,53	3.688.954	420,40
3.280.231	2,30	15.953.490	-	-	-	-
3.038.028	2,13	432.243	4.124.658	3,37	561.363	-26,34
2.790.449	1,95	292.958	3.372.866	2,76	428.100	-17,27
2.632.547	1,84	437.369	-	-	-	-
1.700.058	1,19	343.520	998.960	0,82	208.843	70,18
1.187.882	0,83	453.732	1.304.652	1,07	598.050	-8,95
710.340	0,50	135.576	509.400	0,42	85.170	39,45
707.555	0,50	45.131	149.497	0,12	7.259	373,29
700.398	0,49	207.600	-	-	-	-
612.937	0,43	1.363.539	-	-	-	-
604.500	0,42	71.148	-	-	-	-
577.027	0,40	93.852	240.512	0,20	31.290	139,92
424.457	0,30	723.160	-	-	-	-
419.820	0,29	161.540	350.981	0,29	155.160	19,61
305.303	0,21	60.390	-	-	-	-
274.845	0,19	176.100	174.800	0,14	119.960	57,23
263.197	0,18	250.500	-	-	-	-
229.407	0,16	297.114	960.852	0,78	1.061.436	-76,12
170.557	0,12	338.990	229.976	0,19	503.288	-25,84
170.160	0,12	14.644	30.000	0,02	2.746	467,20
169.192	0,12	54.006	145.267	0,12	59.910	16,47
165.953	0,12	96.000	66.105	0,05	57.600	151,04
162.953	0,11	413.420	-	-	-	-
141.615	0,10	64.139	356.543	0,29	157.093	-60,28
139.750	0,10	140.000	87.134	0,07	98.000	60,39
139.708	0,10	21.440	614.017	0,50	93.980	-77,25
133.726	0,09	44.718	212.747	0,17	67.134	-37,14
132.389	0,09	7.280	-	-	-	-
120.618	0,08	98.402	636.000	0,52	555.000	-81,03
116.854	0,08	44.338	239.728	0,20	91.199	-51,26
113.604	0,08	47.540	140.890	0,12	69.442	-19,37
110.591	0,08	79.238	-	-	-	-
107.505	0,08	28.526	-	-	-	-
106.257	0,07	269.580	-	-	-	-
77.446	0,05	20.000	-	-	-	-
77.054	0,05	3.594	-	-	-	-
76.400	0,05	7.307	1.554	-	275	-
76.272	0,05	31.390	-	-	-	-
74.161	0,05	30.769	74.288	0,06	31.535	0,17
74.047	0,05	44.634	2.920	-	1.210	-
72.368	0,05	47.030	19.942	0,02	19.250	262,89

Marrocos Principais Produtos

Fonte: SISCOMEX

Seq.	NCM	Descrição
51	17049020	BOMBONS.CARAMELOS.CONFEITOS E PASTILHAS, SEM CACAU
52	18069000	OUTROS CHOCOLATES E PREPARAÇÕES ALIMENTÍCIAS CONT. CACAU
53	40169990	OUTRAS OBRAS DE BORRACHA VULCANIZADA.NÃO ENDURECIDA
54	44121900	OUTS. MADEIRAS COMPENSADAS, COM FOLHAS DE ESPESSURA < = 6MM
55	44151000	CAIXOTES, CAIXAS, ENGRADADOS, BARRICAS, ETC. DE MADEIRA
56	84571000	CENTROS DE USINAGEM, P/TRABALHAR METAIS
57	33021000	MISTURAS UTIL. MATERIA BÁSICA P/INDS. ALIMENTAR/DE BEBIDA
58	15162000	GORDURAS E ÓLEOS, VEGETAIS, HIDROGENS. INTERESTERIFS. ETC.
59	85469000	ISOLADORES DE OUTRAS MATÉRIAS P/USO ELÉTRICO
60	30049037	MEDICAMENTO CONTENDO DICLOFENACO DE SÓDIO, ETC. EM DOSES
61	70052900	OUTS. CHAPAS/FLS. DE VIDRO FLOTADO, DESBASTADO, ETC. N/ARMAD
62	68052000	ABRASIVOS NAT/ARTIF. EM PÓ/GRÃO, APLIC. EM PAPEL/CARTÃO
63	44081099	FOLHAS P/FOLHEADOS, ETC DE OUTS. MAD. CONÍFERAS
64	84672999	OUTRAS FERRAMENTAS COM MOTOR ELETR. INCORP
65	02071400	PEDAÇOS E MIUDEZAS, COMEST. DE GALOS/GALINHAS.CONGELADOS
66	30042069	OUTS. MEDICAMENTOS CONT. AMINOGLUCOSÍDIOS/DERIVS. EM DOSES
67	17021900	OUTRAS LACTOSES E XAROPES DE LACTOSE
68	73170090	PREGOS, PERCEVEJOS, ARTEFS. SEMELH. DE FERRO FUND/FERRO/AÇO
69	90184999	OUTROS INSTRUMENTOS E APARELHOS P/ODONTOLOGIA
70	29153100	ACETATO DE ETILA
71	29171400	ANIDRIDO MALEICO
72	17041000	GOMAS DE MASCAR, SEM CACAU, MESMO REVESTIDAS DE AÇÚCAR
73	39173290	OUTROS TUBOS DE PLÁSTICOS, NÃO REFORÇADOS, SEM ACESSÓRIOS
74	19053100	BOLACHAS E BISCOITOS ADICION. DE EDULCORANTES
75	48054090	OUTS. PAPEL-FILTRO E CARTÃO-FILTRO, N/REVEST. EM ROLOS/FLS
76	85122022	LUZES INDICADORAS DE MANOBRAS P/AUTOMÓVEIS/OUTS. CICLOS
77	90192030	RESPIRATÓRIOS DE REANIMAÇÃO
78	44079990	OUTRAS MADEIRAS SERRADAS/CORTADAS EM FOLHAS, ETC. ESP > 6MM
79	87089300	EMBREGENS E SUAS PARTES P/TRATORES/VEÍCULOS AUTOMÓVEIS
80	87089990	OUTRAS PARTES E ACESS. P/TRATORES E VEÍCULOS AUTOMÓVEIS
81	02071200	CARNES DE GALOS/GALINHAS. N/CORTADAS EM PEDAÇOS.CONGEL
82	84212300	APARS. P/FILTRAR ÓLEOS MINERAIS NOS MOTORES EXPLOÇÃO, ETC
83	40116100	PNEUS NOVOS, P/VEICS. MAQS. AGRÍCOLAS/FLORESTAIS
84	84672100	FURADEIRAS COM MOTOR ELÉTRICO INCORPORADO
85	85015310	MOTOR ELÉTR. CORR. ALTERN.TRIF.75KW < POT < = 7500KW
86	17049090	OUTROS PRODUTOS DE CONFEITARIA SEM CACAU
87	21069010	OUTRAS PREPARAÇÕES PARA ELABORAÇÃO DE BEBIDAS
88	28365000	CARBONATO DE CÁLCIO
89	87087090	OUTRAS RODAS, SUAS PARTES E ACESS.P/VEÍCULOS AUTOMÓVEIS
90	39012029	OUTROS POLIETILENOS S/CARGA.D > = 0.94, EM FORMAS PRIMÁRIAS
91	64029900	OUTROS CALÇADOS DE BORRACHA OU PLÁSTICO
92	19019090	OUTRAS PREPARAÇÕES ALIMENT. DE FARINHAS, ETC. CACAU < 40
93	87083900	OUTROS FREIOS E SUAS PARTES, P/TRATORES/VEIC. AUTOMOVEIS
94	64019900	OUTROS CALÇADOS IMPERMEAV. DE BORRACHA/PLAST SEM COSTURA
95	40129010	FLAPS PARA PNEUS DE BORRACHA
96	19052090	OUTROS PAES DE ESPECIARIAS
97	29051220	ÁLCOOL ISOPROPÍLICO (PROPAN-2-OL)
98	84219999	OUTS. PARTES DE APARS. P/FILTRAR OU DEPURAR LÍQUIDOS, ETC
99	29153300	ACETATO DE N-BUTILA
100	84133090	OUTS. BOMBAS P/COMBUSTÍVEIS, ETC. P/MOTOR EXPLOÇÃO/DIESEL/
		DEMAIS PRODUTOS

2005 (Jan/Abr)			2004 (Jan/Abr)			Var. ReL
Valor/US\$ F.O.B.	Part. %	Peso /KG	Valor/US\$ F.O.B.	Part. %	Peso/Kg	05/04-Jan/Abr
71.067	0,05	69.850	57.986	0,05	50.831	22,56
69.457	0,05	45.520	81.507	0,07	48.496	-14,78
68.939	0,05	7628	65.373	0,05	7.220	5,45
68.812	0,05	107.820	-	-	-	-
62.330	0,04	106.830	-	-	-	-
60.188	0,04	3.940	-	-	-	-
54.309	0,04	11.550	-	-	-	-
53.676	0,04	50.400	-	-	-	-
52.750	0,04	5.658	-	-	-	-
50.737	0,04	253	-	-	-	-
50.417	0,04	253022	8.918	0,01	45.210	465,34
49.777	0,03	11.536	800	-	245	-
48.639	0,03	88.500	21.419	0,02	62.190	127,08
42.000	0,03	2.892	30.800	0,03	1.925	36,36
40.381	0,03	26.490	32.127	0,03	22.005	25,69
40.259	0,03	2900	-	-	-	-
39.780	0,03	49.600	-	-	-	-
36.840	0,03	18420	30.240	0,02	20.160	21,83
36.608	0,03	1.009	4.625	-	127	691,52
34.767	0,02	42.000	-	-	-	-
32.000	0,02	20.000	-	-	-	-
27.627	0,02	19.920	33.293	0,03	24.217	-17,02
26.515	0,02	2.786	-	-	-	-
26.246	0,02	27.426	15.831	0,01	12.998	65,79
25.998	0,02	11.839	32.370	0,03	11.290	-19,68
25.901	0,02	4.366	21.765	0,02	2.787	19,00
25.301	0,02	161	-	-	-	-
24.154	0,02	53.560	1.863.559	1,52	863.237	-98,70
23.477	0,02	989	22.200	0,02	818	5,75
22.757	0,02	1.462	11.687	0,01	741	94,72
21.955	0,02	23.160	3.154	-	3.993	596,10
21.756	0,02	1.378	20.719	0,02	1.674	5,01
21.320	0,01	8.793	1.709	-	647	-
19.800	0,01	775	27.400	0,02	1.034	-27,74
19.704	0,01	3.671	-	-	-	-
19.563	0,01	15.298	24.616	0,02	27.273	-20,53
19.448	0,01	10.608	2.145	-	1.512	806,67
18.795	0,01	52.500	11.005	0,01	35.500	70,79
18.488	0,01	19.313	21.561	0,02	5.345	-14,25
18.375	0,01	17.500	-	-	-	-
18.192	0,01	1.435	5.274	-	985	244,94
17867	0,01	10770	13.400	0,01	13.063	33,34
17.390	0,01	4.151	24.258	0,02	13.665	-28,31
16.567	0,01	2.285	-	-	-	-
15.914	0,01	4017	31.735	0,03	9.121	-49,85
15.479	0,01	11.156	18.642	0,02	12.041	-16,97
15.150	0,01	12.400	-	-	-	-
15.111	0,01	944	8.144	0,01	549	85,55
15.038	0,01	13.600	-	-	-	-
14.863	0,01	1.512	206	-	5	-
434.184	0,30	185.790	60.589.994	49,50	349.251.554	-99,28

Marrocos Principais Produtos

Fonte: SISCOMEX

Seq.	NCM	Descrição
TOTAL GERAL		
TOTAL DOS PRINCIPAIS PRODUTOS IMPORTADOS		
1	28092019	OUTROS ÁCIDOS FOSFÓRICOS
2	27101141	NAFTAS PARA PETROQUÍMICA
3	31054000	DIIDROGENO-ORTOFOSFATO DE AMÔNIO. INCL. MIST. HIDROGEN. ETC
4	25101010	FOSFATOS DE CÁLCIO, NATURAIS, NÃO MOÍDOS
5	31053010	HIDROGENO-ORTOFOSFATO DE DIAMÔNIO, TEOR ARSENIO > = 6MG/KG
6	31031030	SUPERFOSFAT, TEOR DE PENTÓXIDO DE FÓSFORO (P205) > 45
7	85412920	OUTROS TRANSISTORES, MONTADOS, EXC. OS FOTOTRANSISTORES
8	85422921	OUTS. CIRCUITOS INTEGRADOS DIGITAIS-ANALÓGICOS
9	85413029	OUTROS TIRISTORES, "DIACS", "TRIACS", MONTADOS
10	85422929	OUTS. CIRCUITOS INTEGRADOS MONOLIT. MONTADOS .
11	62046200	CALCAS, JARDINEIRAS, ETC. DE ALGODÃO, DE USO FEMININO
12	85422123	MICROCONTROLADORES MONTADOS P/MONTAG. SUPERF
13	07112010	AZEITONAS CONSERV. COM ÁGUA SALGADA .
14	85422129	OUTS. CIRCUITOS INTEGRAD. MONOLIT DIRIT MONTAD
15	45019000	DESPERDÍCIOS DE CORTIÇA, CORTIÇA TRITURADA, GRANULADA, ETC.
16	03037100	SARDINHAS, SARDINELAS, ETC. CONGELADAS, EXC. FILES, ETC.
17	85411099	OUTROS DIODOS EXC. FOTODIODOS E DIODOS EMISSORES DE LUZ .
18	12119090	OUTRAS PLANTAS E PARTES, P/PERFUMARIA, MEDICINA E SEMELHS
19	85411029	OUTROS DIODOS MONTADOS P/MONTAGEM EM SUPERFÍCIE ("SMD")
20	85413021	TIRISTORES, "DIACS", ETC. MONTADOS, INTENSID. CORRENTE < = 3A
21	85011019	OUTROS MOTORES ELETR. DE CORRENTE CONTINUA, P < = 37.5W
22	07113010	ALCAPARRAS CONSERVADAS EM ÁGUA SALGADA, SULFURADA ETC.
23	85369040	CONECTORES P/CIRCUITO IMPRESSO, P/TENSAO < = 1KV
24	07113090	OUTRAS ALCAPARRAS CONSERVADAS TRANSITORIAMENTE
25	85422128	OUTS. MEMÓRIAS MONTADAS P/MONTAG. SUPERF.
26	85422121	MEMÓRIAS TIPOS RAM ESTAT. C/TEMPO < = 25NS, MONTAD.
27	85412110	TRANSISTORES C/CAP DISSIP< 1W, NÃO MONTADOS
28	62045200	SAIAS E SAIAS-CALÇAS DE ALGODÃO
29	20019000	OUTS. PRODS. HORTS. ETC. PREPARS/CONSERV. VINAGRE. AC. ACÉTICO
30	85412191	TRANSISTORES C/CAPACID. DISSIP < 1W, C/JUNÇÃO HETEROGÊNEA
31	85389090	OUTRAS PARTES P/APARELHOS INTERRUPT. CIRCUITO ELETR.
32	09104000	TOMILHO E LOURO
33	85011011	MOTOR ELÉTR. DE CORRENTE CONTÍNUA, POT < = 37.5W, PASSO < = 1.8G
34	85412199	OUTS. TRANSISTORES C/CAP DISSIP < 1W, EXC. OS FOTOTRANSISTORES
35	28112900	OUTS. COMPOSTOS OXIGEN. INORGAN. DOS ELEMENTOS N/METÁLICOS
36	85411022	DIODOS MONTADOS P/MONTAG. SUPERF. INTENSID. CORRENTE < = 3A
37	62034200	CALÇAS, JARDINEIRAS, ETC. DEALGODÃO, USO MASCULINO
38	61045200	SAIAS E SAIAS-CALÇAS, DE MALHA DE ALGODÃO
39	62043300	BLAZERS DE FIBRAS SINTÉTICAS, DE USO FEMININO
40	61044400	VESTIDOS DE MALHA DE FIBRAS ARTIFICIAIS .
41	40169990	OUTRAS OBRAS DE BORRACHA VULCANIZADA.NÃO ENDURECIDA .
42	62029200	OUTROS MANTOS, ETC. DE ALGODÃO, DE USO FEMININO
43	62021200	MANTOS, IMPERMEÁVEIS, ETC DE ALGODÃO, DE USO FEMININO
44	45031000	ROLHAS DE CORTIÇA NATURAL
45	85411021	DIODOS ZENER MONTADOS P/MONTAGEM EM SUPERFÍCIE ("SMD") .
46	85413011	TIRISTORES, "DIACS", ETC. N/MONTADOS, INTENSID. CORRENTE < = 3A .
47	85411011	DIODOS NÃO MONTADOS, ZENER
48	61143000	OUTROS VESTUÁRIOS DE MALHA DE FIBRA SINTET/ARTIPICIAL
49	85412910	OUTS. TRANSISTORES, NÃO MONTADOS, EXC. OS FOTOTRANSISTORES
50	61091000	CAMISETAS "T-SHIRTS", ETC. DE MALHA DE ALGODÃO

2005 (Jan/Abr)			2004 (Jan/Abr)			Var. ReL
Valor/US\$ F.O.B.	Part. %	Peso /KG	Valor/US\$ F.O.B.	Part. %	Peso/Kg	05/04-Jan/Abr
79.976.208	100,00	406.833.882	54.496.777	100,00	330.754.899	46,75
79.975.890	100,00	406.833.861	54.084.395		330.507.543	
27.515.881	34,41	132.244.663	15.731.481	28,87	90.264.464	74,91
26.644.036	33,11	57.819.106	-	-	-	-
11.147.173	13,94	45.499.472	21.451.163	39,36	94.261.024	-48,03
6.746.815	8,44	150.584.692	4.392.854	8,06	105.175.789	53,59
3.420.566	4,28	14.152.370	7.394.723	13,57	32.519.062	-53,74
1.137.899	1,42	5.995.945	888.827	1,63	5.240.335	28,02
872.367	1,09	11.644	1.012.671	1,86	14.273	-13,85
632.965	0,79	1.569	439.401	0,81	1.187	44,05
421.547	0,53	4.145	258.876	0,48	2.535	62,84
181.773	0,23	1.488	140.150	0,26	1.478	29,70
165.836	0,21	5.442	38.335	0,07	1.490	332,60
121.817	0,15	245	-	-	-	-
116.022	0,15	120.400	-	-	-	-
97.975	0,12	161	27.255	0,05	42	259,48
86.972	0,11	112.020	48.964	0,09	82.200	77,62
67.339	0,08	138.056	1.692.588	3,11	2.870.328	-96,02
55.077	0,07	457	14.178	0,03	95	288,47
51.688	0,06	59.921	12.838	0,02	14.000	302,62
39.994	0,05	110	11.740	0,02	42	240,66
38.755	0,05	1.043	23.110	0,04	713	67,70
33.965	0,04	696	48.976	0,09	995	-30,65
25.969	0,03	18.000	67.553	0,12	45.380	-61,56
20.400	0,03	300	-	-	-	-
20.394	0,02	14.850	-	-	-	-
19.673	0,02	116	-	-	-	-
19.524	0,02	49	-	-	-	-
18.870	0,02	303	3.834	0,01	77	392,18
18.149	0,02	467	7.058	0,01	190	157,14
17.964	0,02	3.370	22.245	0,04	5.859	-19,24
17.915	0,02	131	10.050	0,02	122	78,26
17.129	0,02	121	8.333	0,02	123	105,56
16.050	0,02	11.045	-	-	-	-
15.110	0,02	337	-	-	-	-
11.920	0,01	153	15.660	0,03	518	-23,88
11.892	0,01	23.940	-	-	-	-
9.730	0,01	24	3.785	0,01	15	157,07
9.045	0,01	234	2.930	0,01	96	208,70
7.273	0,01	123	-	-	-	-
6.895	0,01	136	12.836	0,02	257	-46,28
5.711	0,01	128	2.252	-	34	153,60
4.929	0,01	382	482	-	25	922,61
4.894	0,01	221	7.699	0,01	176	-36,43
4.849	0,01	178	7.205	0,01	104	-32,70
4.744	0,01	4.087	-	-	-	-
4.722	0,01	32	20.767	0,04	62	-77,26
4.443	0,01	371	2.362	-	376	88,10
4.181	0,01	8	-	-	-	-
3.929	-	58	9.118	0,02	108	-58,91
3.723	-	8	-	-	-	-
3.607	-	72	8.151	0,01	146	-55,75

Marrocos Principais Produtos

Fonte: SISCOMEX

Seq.	NCM	Descrição
51	62046300	CALÇAS, JARDINEIRAS, ETC. DE FIBRA SINTÉTICA, USO FEMININO
52	85422199	OUTS. CIRCUITOS INTEGRADOS MONOLIT. DIGITAIS
53	33012990	OUTROS ÓLEOS ESSENCIAIS
54	85412120	TRANSISTORES C/CAP DISSIP < 1W, MONTADOS, P/MONTAG. SUPERF.
55	61044200	VESTIDOS DE MALHA DE ALGODÃO
56	85175010	MODULADORES/DEMULADORES (MODENS)
57	85447090	OUTROS CABOS DE FIBRAS ÓPTICAS
58	85411091	OUTROS DIODOS ZENER
59	61099000	CAMISetas "T-SHIRTS" ETC. DE MALHA DE OUTS. MATER. TÊXTEIS
60	61142000	OUTROS VESTUÁRIOS DE MALHA DE ALGODÃO
61	62043200	BLAZERS DE ALGODÃO.DE USO FEMININO
62	62019200	OUTROS SOBRETUDOS. ETC.DE ALGODÃO, DE USO MASCULINO
63	62019100	OUTROS SOBRETUDOS, ETC. DE LÃ/PÊLOS FINOS, USO MASCULINO
64	62044300	VESTIDOS DE FIBRAS SINTÉTICAS
65	85365090	OUTS. INTERRUPTORES, ETC. DE CIRCUITOS ELETR.P/TENSÃO < = 1KV
66	85011021	MOTOR ELETR. DE CORRENTE ALTERNADA, POT < = 37,5W, SINCRONO.
67	62044200	VESTIDOS DE ALGODÃO
68	84733049	OUTS. CIRCUITOS IMPRESSOS P/MÁQUINAS AUTOMAT. PROC. DADOS
69	39269090	OUTRAS OBRAS DE PLÁSTICOS
70	62063000	CAMISAS, BLUSAS, ETC. DE ALGODÃO, DE USO FEMININO
71	61103000	SUÉTERES. PULOVERES, ETC. DE MALHA DE FIBRAS SINT/ARTIF.
72	61061000	CAMISAS, ETC DE MALHA DE ALGODÃO.DE USO FEMININO
73	90322000	MANOSTATOS AUTOMÁTICOS (PRESSOSTATOS)
74	620B9200	CORPETES, CALCINHAS, PENHOARES, ETC. DE FIBRAS SINT/ARTIF.
75	62043100	BLAZERS DE LÃ OU DE PÊLOS FINOS, DE USO FEMININO
76	62029100	OUTROS MANTOS, ETC. DE LÃ OU PÊLOS FINOS, DE USO FEMININO
77	71179000	OUTRAS BIJUTERIAS
78	85411019	OUTROS DIODOS NÃO MONTADOS
79	62021100	MANTOS, IMPERMEÁVEIS ETC. DE LÃ OU PÊLOS FINOS, USO FEMININO
80	62046100	CALÇAS, JARDINEIRAS, ETC. DE LA/PÊLOS FINOS, USO FEMININO
81	85411092	OUTROS DIODOS DE INTENSIDADE DE CORRENTE < = 3A .
82	62059000	CAMISAS DE OUTRAS MATÉRIAS TÊXTEIS, DE USO MASCULINO
83	62045900	SAIAS E SAIAS-CALÇAS, DE OUTRAS MATÉRIAS TÊXTEIS
84	62045300	SAIAS E SAIAS-CALÇAS, DE FIBRAS SINTÉTICAS
85	62046900	CALÇAS, JARDINEIRAS, ETC. DE OUTS. MATER.TEXT.USO FEMININO
86	62043900	BLAZERS DE OUTRAS MATÉRIAS TÊXTEIS DE USO FEMININO
87	62114300	OUTROS VESTUÁRIOS DE FIBRAS SINT/ARTIF. DE USO FEMININO
88	84819090	PARTES DE TORNEIRAS, OUTS DISPOSITIV. P/CANALIZAÇÕES, ETC.
89	62033200	PALETÓS (CASACOS) DE ALGODÃO
90	85045000	OUTRAS BOBINAS DE REATÂNCIA E DE AUTO-INDUÇÃO
91	84212300	APARS. P/FILTRAR ÓLEOS MINERAIS NOS MOTORES EXPLOSÃO, ETC
92	61062000	CAMISAS, ETC DE MALHA DE FIBRAS SINT/ARTIF USO FEMININO
93	33012590	ÓLEO ESSENCIAL, DE OUTRAS MENTAS .
94	62061000	CAMISAS, BLUSAS, ETC. DE SEDA/DESPERDS. DE USO FEMININO
95	62044400	VESTIDOS DE FIBRAS ARTIFICIAIS
96	61044300	VESTIDOS DE MALHA DE FIBRAS SINTÉTICAS
97	85422910	OUTS.CIRCUITOS INTEGRADOS MONOLIT. NÃO MONTAD.
98	85362000	DISJUNTORES P/TENSÃO < = 1KV
99	84818092	VÁLVULAS SOLENÓIDES
100	61045900	SAIAS E SAIAS-CALÇAS, DE MALHA DE OUTS. MATERIAS TÊXTEIS
		DEMAIS PRODUTOS

2005 (Jan/Abr)			2004 (Jan/Abr)			Var. ReL
Valor/US\$ F.O.B.	Part. %	Peso /KG	Valor/US\$ F.O.B.	Part. %	Peso/Kg	05/04-Jan/Abr
3.493	-	69	22.258	0,04	542	-84,31
3.273	-	32	8.714	0,02	166	-62,44
3.123	-	11	11.024	0,02	127	-71,67
2.901	-	46	66.054	0,12	412	-95,61
2.658	-	36	-	-	-	-
2.530	-	22	-	-	-	-
2.227	-	4	-	-	-	-
1.670	-	7	-	-	-	-
1.491	-	45	6.524	0,01	169	-77,15
1.349	-	38	3.949	0,01	55	-65,84
1.312	-	29	1.567	-	48	-16,27
1.204	-	55	4.594	0,01	134	-73,79
1.191	-	54	-	-	-	-
1.173	-	14	1.924	-	30	-39,03
1.090	-	12	2.462	-	6	-55,73
1.021	-	30	-	-	-	-
1.015	-	21	341	-	8	197,65
965	-	4	-	-	-	-
886	-	3	-	-	-	-
882	-	12	3.493	0,01	36	-74,75
795	-	22	2.010	-	46	-60,45
755	-	16	-	-	-	-
724	-	2	-	-	-	-
660	-	110	-	-	-	-
619	-	12	10.489	0,02	167	-94,10
606	-	17	-	-	-	-
547	-	71	-	-	-	-
517	-	-	-	-	-	-
486	-	15	9.233	0,02	252	-94,74
435	-	11	14.576	0,03	256	-97,02
429	-	3	4.046	0,01	42	-89,40
353	-	8	-	-	-	-
348	-	5	2.122	-	53	-83,60
327	-	7	19.016	0,03	401	-98,28
308	-	7	6.919	0,01	133	-95,55
284	-	5	4.917	0,01	75	-94,22
284	-	5	2.432	-	112	-88,32
231	-	3	955	-	3	-75,81
200	-	8	-	-	-	-
194	-	7	-	-	-	-
186	-	56	57	-	30	226,32
171	-	5	5.858	0,01	165	-97,08
168	-	3	-	-	-	-
131	-	-	2.828	0,01	57	-95,51
127	-	2	-	-	-	-
106	-	3	137	-	4	-33,58
91	-	2	22.025	0,04	245	-99,59
90	-	1	-	-	-	-
85	-	-	3.421	0,01	49	-97,57
83	-	2	412.382	0,76	247.356	-99,92
318	-	21	412.382	0,76	247.356	-99,92

Privatizações redem bilhões aos marroquinos

O Marrocos arrecadou 7,55 bilhões de euros com as privatizações feitas entre 1993 e 2004. O diretor do Departamento de Empresas Públicas do Marrocos, Abdelaziz Talbi, afirmou que 66 empresas do país foram privatizadas nos últimos 12 anos e que o Marrocos foi o país árabe que mais recebeu investimentos estrangeiros diretos no período.

Abdelaziz Talbi disse que as privatizações também foram importantes para o mercado financeiro local e permitiram que o volume de negócios da Bolsa de Valores de Casablanca crescesse de 500 milhões de euros em 1989 para 20 bilhões de euros em 2004.

Entre as empresas já privatizadas estão a Morocco Telecom, de telefonia, e a

Regie des Tabacs, do setor de fumo. O país pretende privatizar mais oito companhias em 2005.

Senado dos EUA aprova acordo com o Marrocos

O Senado dos Estados Unidos aprovou, por 85 votos a 13, um acordo de livre comércio com o Marrocos, no último mês de abril. O Marrocos é o segundo país árabe – o primeiro é a Jordânia – e o oitavo no mundo, a ter um acordo de livre comércio com os Estados Unidos. O tratado foi assinado no ano passado, mas era necessária a aprovação do Senado antes que ele pudesse ser efetivado.

Investimentos estrangeiros aumentaram 246%

Os investimentos estrangeiros no Marrocos atingiram 2,35

bilhões de euros em 2003, o que representa um aumento de 246% em relação ao ano anterior.

Os países da União Européia continuam sendo os maiores investidores no país árabe, com 91% do total. Os principais investidores são a Espanha e a França. Os setores que receberam capital estrangeiro foram o industrial, o imobiliário, o de serviços e o de telecomunicações.

Construção civil quer conquistar o exigente mercado europeu

O setor de construção civil do Marrocos quer conquistar o mercado da União Européia, disse o secretário-geral do Centro de Promoção às Exportações do país, Ali El Alaoui, que levará uma delegação de empresários do setor para participar da 24ª Batimat, feira internacional da construção, em Paris.

Com vendas de mais de US\$ 4 bilhões por ano, o setor responde por cerca de 6% do Produto Interno Bruto do país e emprega 300 mil pessoas. Segundo Alaoui, a produção já conquistou mercados árabes e africanos e, com a perspectiva de um acordo de livre comércio com a UE, direciona seus interesses para a Europa.

No ano passado, o PIB do Marrocos cresceu 3,2% e chegou a US\$ 115 bilhões.

Empresa marroquina entre as maiores do setor químico na África

Com crescimento anual de 13%, a empresa “Maroc Phosphore”, subsidiária da

empresa marroquina Office Chérifien des Phosphates, do setor de fosfatos, está na terceira posição entre as 25 maiores empresas do setor químico africano.

A empresa tem grandes lucros devido às crescentes vendas para a América do Sul e a Ásia. Graças às grandes reservas de fosfatos, o Marrocos também está desenvolvendo indústrias de produção de fertilizantes.

A OCP, cujo presidente Mourad Cherif liderou uma missão de empresários marroquinos ao Brasil, durante a visita do rei Mohammed VI, cogita construir uma fábrica de fertilizantes no Brasil.

Empresa dos Emirados anuncia projeto de US\$ 2 bilhões para o setor imobiliário

O presidente da empresa Dubai Holding, dos Emirados Árabes Unidos, Mohammed Al Gergawi, anunciou o lançamento do projeto “Amwaj”, que será implementado no Marrocos pela Dubai International Properties, braço da Dubai Holding voltado ao setor imobiliário.

O empreendimento terá a colaboração da Caixa de Depósitos e Gestão do Marrocos, a um custo estimado em mais de US\$ 2 bilhões.

A Dubai Holding controla uma série de empresas do emirado de Dubai em setores de saúde, tecnologia, finanças, imóveis, pesquisa, educação, ações humanitárias, turismo, energia, comunicações, indústria, biotecnologia e hotelaria.

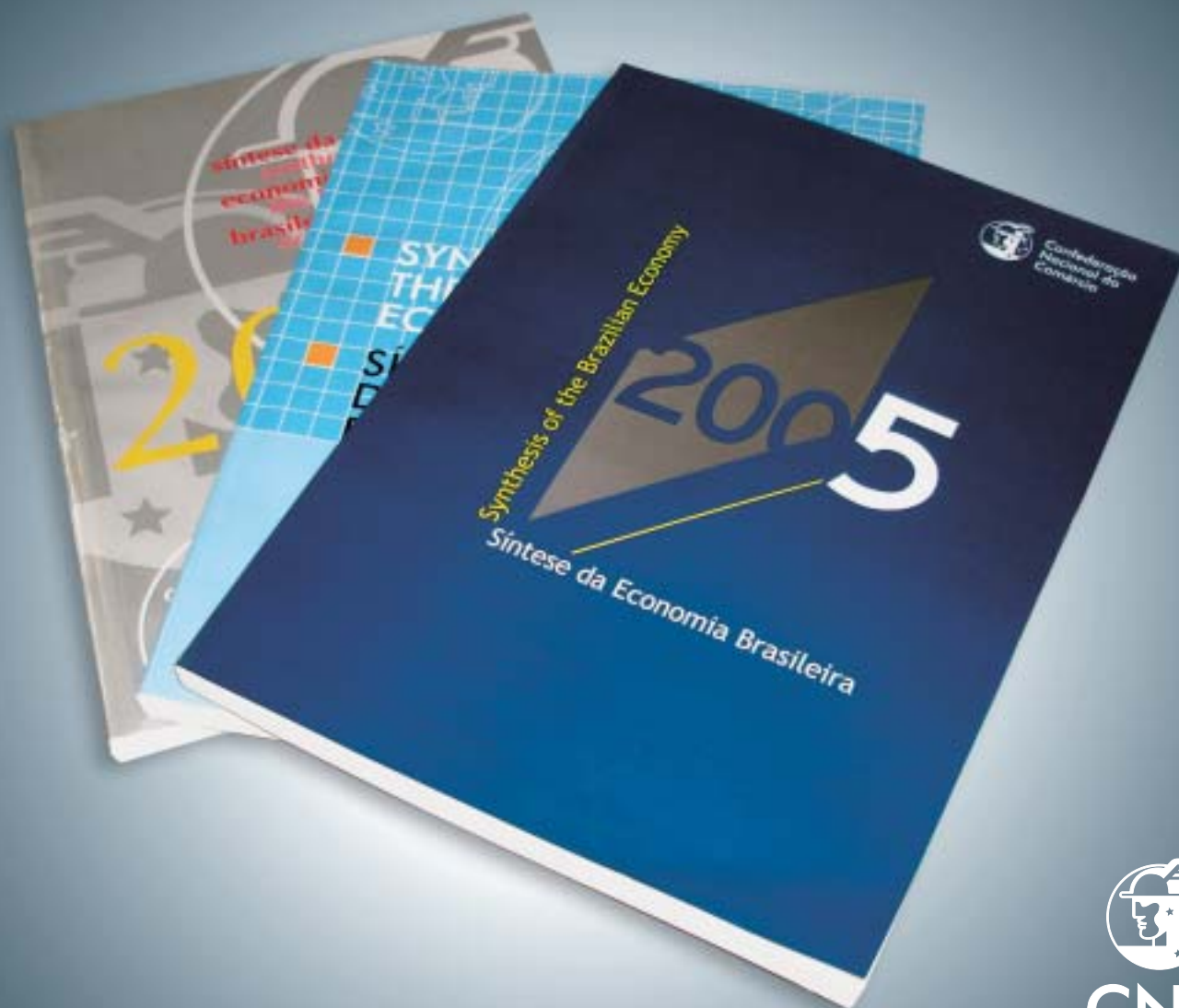
EM BREVE



Manuais de Procedimentos e Informações
Brasil-Portugal e Brasil-Marrocos

Síntese da Economia Brasileira

Edição 2005



A Confederação Nacional do Comércio – CNC acaba de lançar a 34ª edição da Síntese da Economia Brasileira.

Como nos anos anteriores, o volume 2005 analisa e avalia o desempenho da economia durante o ano de 2004 e apresenta dados que permitem traçar projeções para os próximos anos.

A Síntese reúne, nas palavras de Antonio Oliveira Santos, presidente da CNC, "as séries de estatísticas mais representativas do desempenho da economia brasileira e sua relação com o mercado internacional, permitindo ao leitor encontrar, em uma única fonte, um retrato atualizado dos números alcançados em 2004, assim como compará-los com os resultados de outros exercícios".



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

Conselho Superior

Membros Vitalícios

Antônio Delfim Netto

Benedicto Fonseca Moreira

Bernardo Cabral

Ernane Galvêas (*Presidente*)

Giulite Coutinho

Gustavo Affonso Capanema

José Carlos Fragoso Pires

Laerte Setúbal Filho

Milton Cabral

Nilo Neme (*Vice-Presidente*)

Paulo D'Arrigo Vellinho

Paulo Pires do Rio

Paulo Tarso Flecha de Lima

Philippe Tasso de Saxe-Coburgo e Bragança

Theóphilo de Azeredo Santos



FCCE

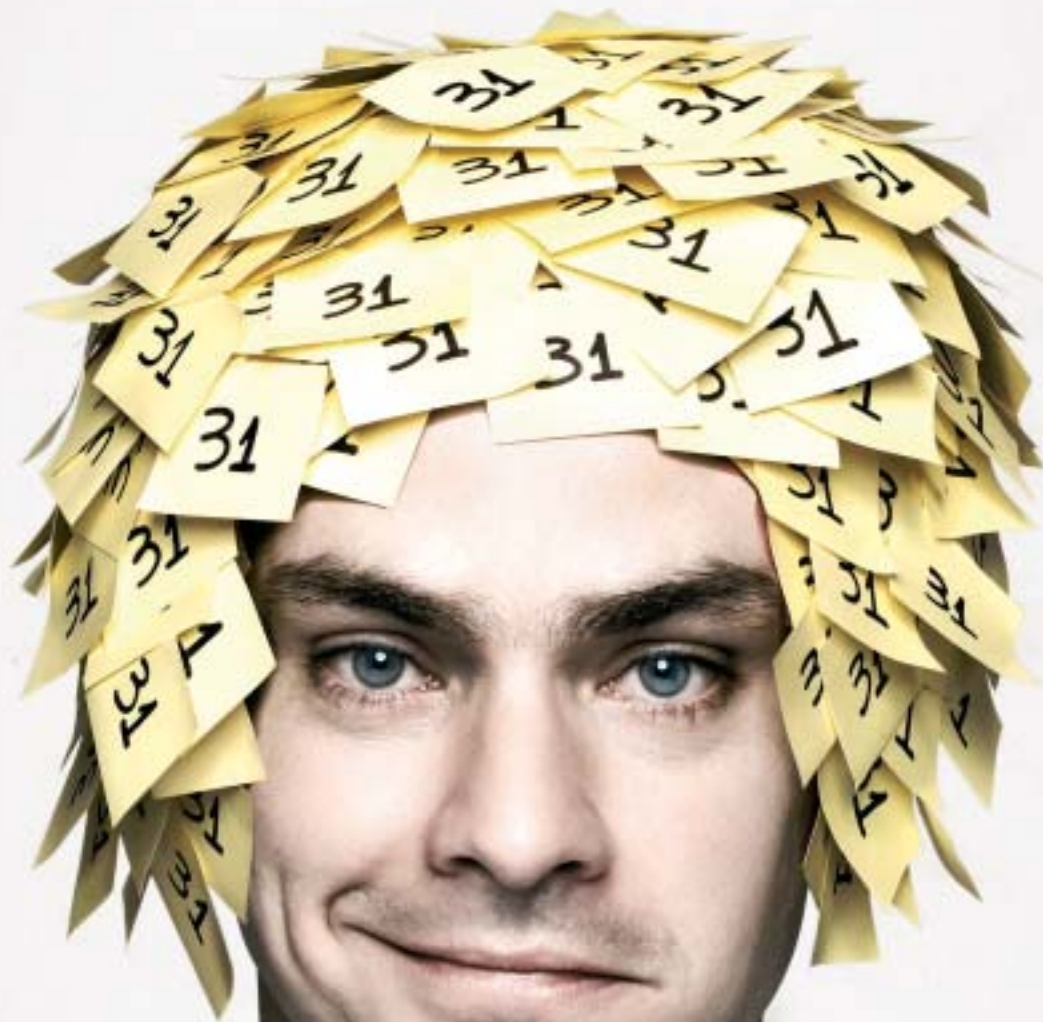
Seminários Bilaterais de Comércio Exterior e Investimento

Calendário 2005

04 de abril	PORTUGAL	
12 de maio	MARROCOS	
30 de maio	BÉLGICA/LUXEMBURGO	
27 de junho	SUÍÇA	
11 de julho	ARGENTINA	
01 de agosto	VENEZUELA	
29 de agosto	MÉXICO	
19 de setembro	POLÔNIA	
03 de outubro	CANADÁ	
10 de outubro	FRANÇA	
27 de outubro	ITÁLIA	
07 de novembro	TURQUIA	
21 de novembro	CHILE	
12 de dezembro	HOLANDA	



31. Há 3 anos, o código de longa distância
mais lembrado do país.



Pelo terceiro ano, o 31 se destacou como o código mais lembrado do país, ganhando o Prêmio Top of Mind* no segmento de longa distância. Nada mais justo para o 31, código mais utilizado pelos brasileiros para realizar ligações para perto, para longe, para qualquer lugar do Brasil e do mundo**. É por isso que o 31 é pra você, pra mim, pra ele, pra nós, pra todo mundo ligar a qualquer hora.



31
é pra você

DDD: 0 + 31 + cód. da cidade + n° do telefone.

DDI: 00 + 31 + cód. do país + cód. da cidade + n° do telefone.

* 2002 - 2003 - 2004 - vencedor da Prêmio Top of Mind da Folha de São Paulo. ** Segundo dados da Anatel (junho 2004).