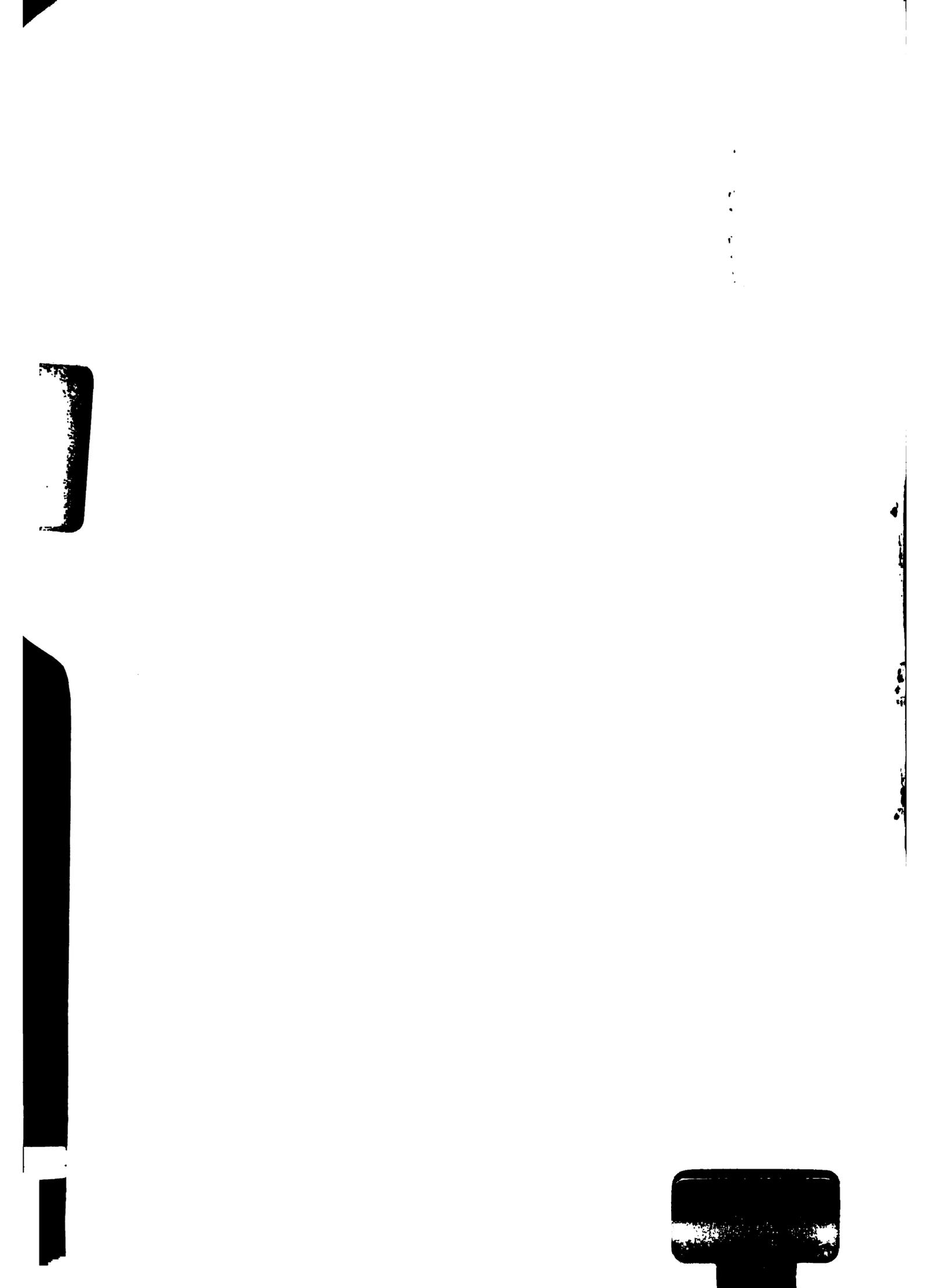


IICA
E71
V695



IICA-CIDIA

IICA
E71
1852 V 695

UN PROGRAMA BRASILEÑO DE APOYO
A LAS EXPORTACIONES DE PRODUCTOS
AGROPECUARIOS *

Por Andrés Troncoso Vilas **

* Presentado al U.S.D.A. Marketing Workshop, Miami, U.S.A., 23 a 27
setiembre 1984.

** Director del Programa VII - Comercialización Agrícola y Agroindustria
del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura.

00006247

11CA

C+1

V695

~~BYOD/VA/SE~~

1. INTRODUCCION

El presente documento es un resumen del contenido, alcance y desarrollo actual de una experiencia brasileña de promoción de exportaciones agropecuarias: el PROPAEX.

El Programa de Apoyo a la Comercialización de Productos Agrícolas en el Exterior, representa un esfuerzo sistemático del Ministerio de Agricultura en pro de una más intensa exportación de productos agrícolas, desarrollado en consonancia con el Programa de Promoción Comercial en el Exterior - PPCE - del Ministerio de Relaciones Exteriores y en articulación con las demás entidades gubernamentales y particulares que desarrollan acciones en el área del comercio exterior.

El gobierno brasileño viene emprendiendo un vigoroso esfuerzo para perfeccionar e incrementar las actividades de apoyo a la comercialización externa de bienes y servicios, que deberán permitir al país usufructuar las ventajas del comercio exterior y obtener saldos significativos en las cuentas comerciales, fundamentales para la sustentación del proceso de desarrollo interno.

La relativamente esporádica participación de Brasil en los mercados internacionales no había permitido la consolidación de posiciones generalmente obtenidas con dificultades en un área donde presencia, constancia y tradición son atributos tan importantes como competencia en precios y calidad.

Si, por un lado, es positivo constatar que el balance comercial brasileño solamente indica déficits en ocho de los últimos años, por otro lado, se sabe que este desempeño favorable resultaba no sólo del esfuerzo de la promoción de exportaciones, sino, sobre todo, de un acentuado control de importaciones. Si bien las exportaciones brasileñas han crecido considerablemente en los últimos años, llegando a doblar entre 1974 y 1977, es notorio que los sectores agropecuario y agroindustrial pueden exportar más de lo que se observó en el pasado. Las exportaciones brasileñas, de cerca de 12,6 billones de dólares en 1978, no representan más de un uno por ciento de las exportaciones mundiales.

La meta de 25 billones de dólares anuales para las exportaciones brasileñas, prevista para el final del actual gobierno, es perfectamente factible y representaría, sin duda, una apreciable contribución a la economía nacional. Para esto, es relevante, mientras tanto, se mantenga un esfuerzo también en el área de promoción comercial agrícola, de manera sistemática y de largo alcance, conforme lo indicado en el PROPAEX.

Por otro lado, una acción de apoyo a la comercialización externa de productos agrícolas en consonancia con las actividades del Ministerio de Relaciones Exteriores se justifica por la observancia de dispositivos legales que confieren a Itamaraty las atribuciones de promoción comercial en el exterior y sobre todo, por el hecho de que el Ministerio de Relaciones Exteriores ya está ofreciendo una serie de servicios a empresas y entidades relacionadas en el esfuerzo nacional de exportación.

Ese esfuerzo se realiza en los terrenos organizacional y operacional, alcanza varias instituciones y utiliza todos los instrumentos de promoción comercial susceptibles de contribuir para mayores exportaciones brasileñas: estudios e investigaciones de mercado; información sistemática sobre oportunidades de ventas; divulgación constante de datos y técnicas de interés para el exportador brasileño;



información de los potenciales compradores sobre la capacidad de oferta nacional; apoyo directo e individual, a través de las Embajadas y Consulados, al empresario interesado en exportación; contactos con las comunidades de negocios en todo el mundo; ferias y exposiciones; misiones comerciales y preparación de recursos humanos para la exportación.

El Ministerio de Agricultura se asoció a este esfuerzo, mediante el PROPAEX, para ampliar y diversificar considerablemente la promoción comercial brasileña en el exterior, en términos de mercados agrícolas, de servicios y productos agropecuarios.

2. SISTEMA DE APOYO A LA COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS AGRICOLAS EN EL EXTERIOR

2.1. Concepto y Alcance

La expresión promoción comercial alcanza un espectro diversificado de servicios prestados a empresas y entidades vinculadas al esfuerzo nacional de exportación, tales como informaciones comerciales, publicaciones especializadas, documentación comercial, informaciones sobre ferias y exposiciones, apoyo a exportadores e importadores, apoyo a misiones comerciales, captación de inversiones y también estudios e investigaciones de mercado.

Estos servicios han sido prestado por el M.R.E., por intermedio del Departamento de Promoción Comercial - DPR, en Brasilia, y de los Sectores de Promoción Comercial - SECOM, instalados en las misiones diplomáticas y reparticiones consulares en el exterior. Tales servicios no implican interferencias en las operaciones de comercio, pero implican participación de apoyo permanente en el proceso de comercialización externa.

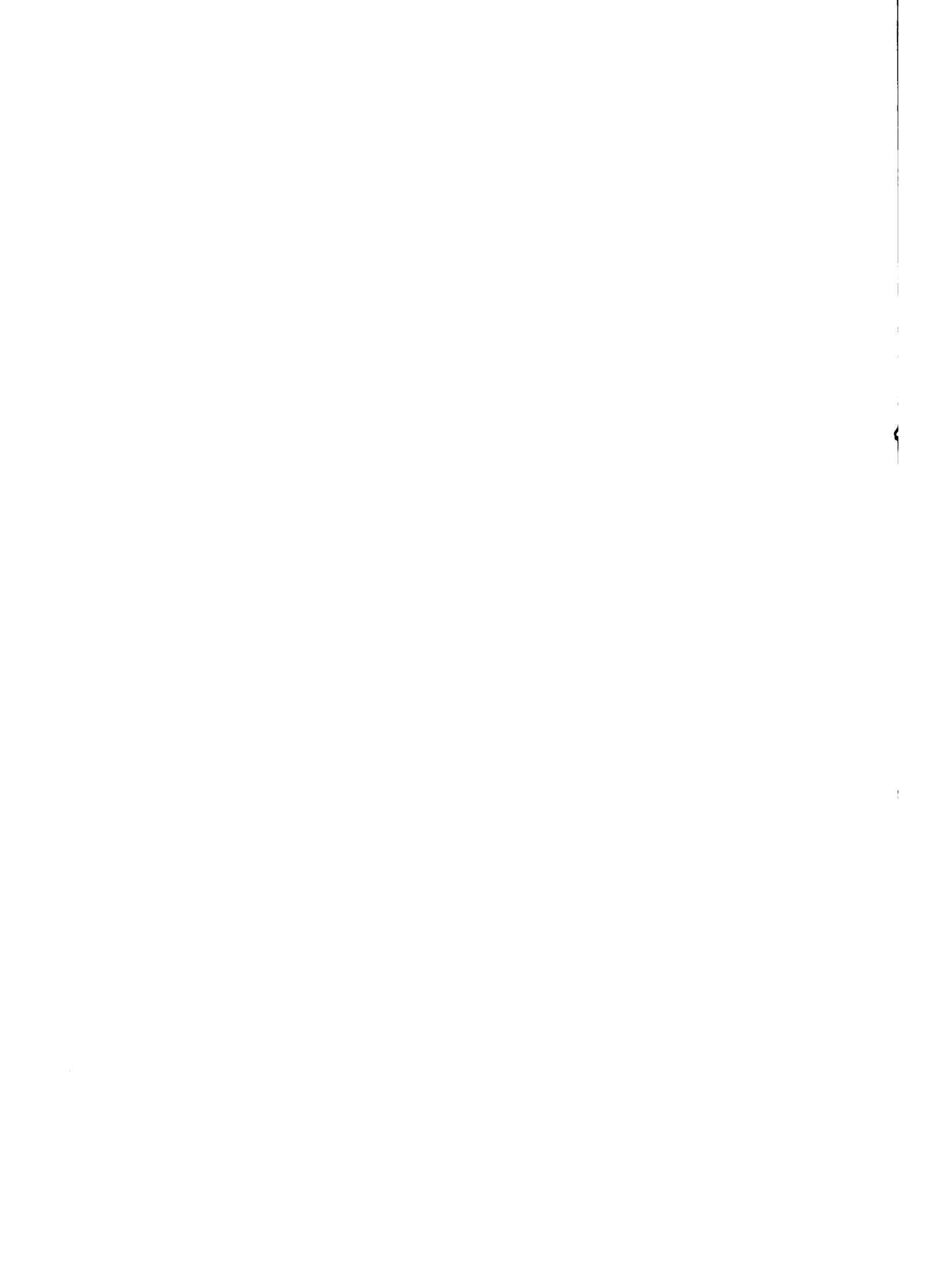
Por otro lado, en adición a la contribución de estos servicios a los sectores de comercio e industria de Brasil, se verificó que el alcance de la promoción comercial gubernamental en pro del sector agrícola podría ser considerablemente expandido. Por lo tanto, era oportuno la implementación de un programa de apoyo al comercio de productos agrícolas en el exterior, que también podría promover el apoyo a la captación de inversiones para los sectores agrícola y agroindustrial brasileños, bajo la coordinación del Ministerio de Agricultura.

2.2. Organización Institucional

Así la COORDINACION DE ASUNTOS INTERNACIONALES DE AGRICULTURA, integrante del Sistema Interministerial de Cooperación Económica y Técnica Internacional, subordinada al Ministerio de Estado de Agricultura, con autonomía administrativa y financiera, fue seleccionada para coordinar el PROPAEX.

CINGRA, órgano de asesoría del Ministerio, tiene por finalidad coordinar los asuntos internacionales técnicos y económicos ligados al agro, a lo pecuario, pesca, extracción vegetal, forestación, colonización y reforma agraria.

Su grado de relación con los asuntos internacionales depende del tema específico, condicionado por el cuadro político-institucional de la sociedad y por la organización político-administrativa de Brasil, tratando primordialmente los siguientes asuntos, relacionados a los sectores agrícolas y agroindustrial:



a) cooperación técnica; b) cooperación económica y financiera; c) política de comercio exterior; d) acuerdos y contratos comerciales y financieros internacionales, multiybilaterales; e) promoción comercial; f) oportunidades de inversiones.

Las actividades de CINGRA se desarrollan en el área de administración directa e indirecta del Ministerio de Agricultura, junto a otros órganos de Administración Federal, principalmente el M.R.E. y junto a las instituciones y entidades de naturaleza técnica o económica internacionales.

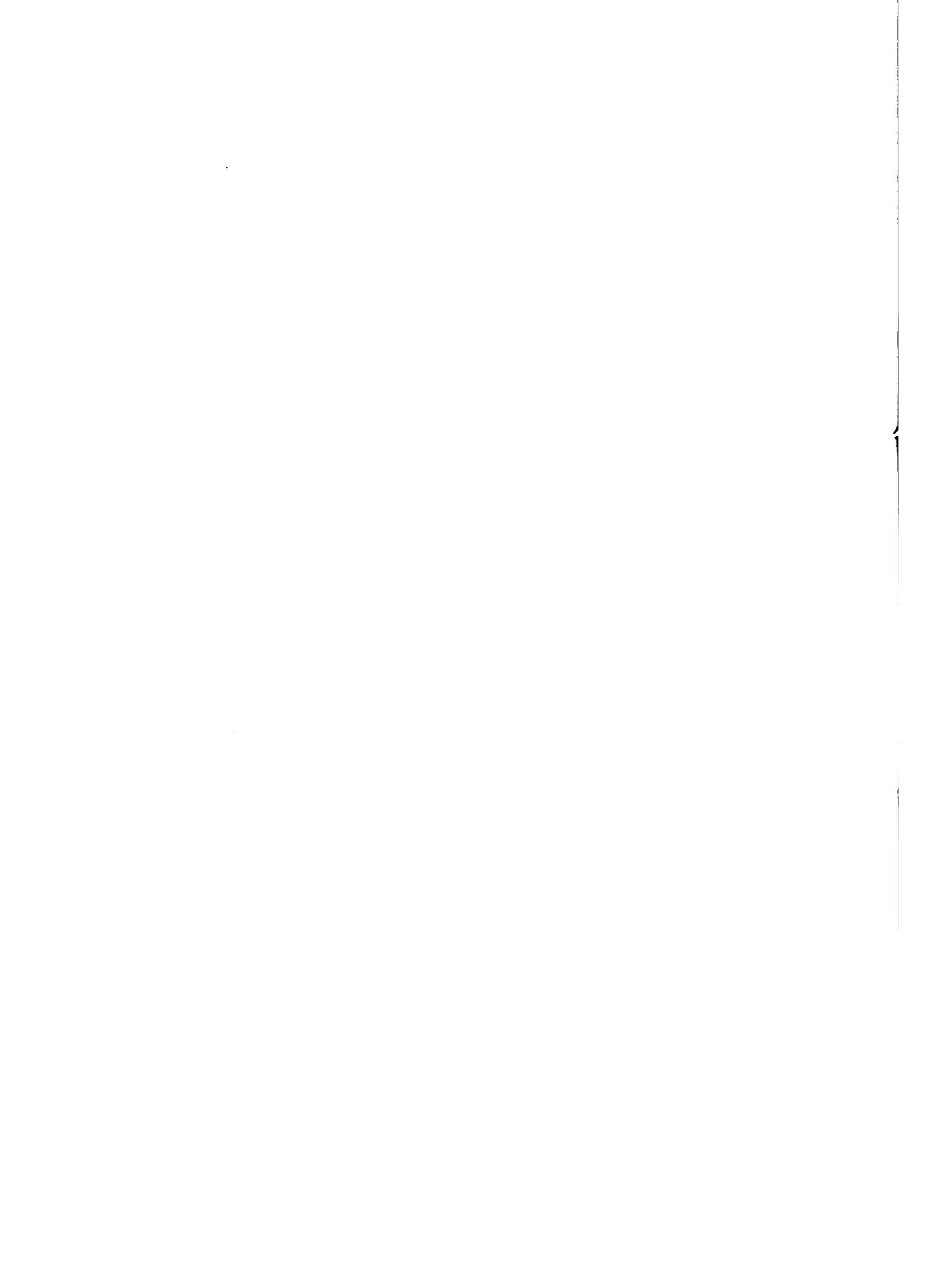
Por su parte, el Ministerio de Agricultura ya desarrollaba, hace varios años, una serie de acciones específicas que, más o menos intensamente, se relacionan con el esfuerzo gubernamental de promoción de exportaciones agrícolas. Así una acción sistemática y más amplia en esta área presentaba una razonable perspectiva de generar resultados promisorios a corto plazo, sobre todo si la organización ya existente a nivel de gobierno fuera usada para el apoyo de la iniciativa privada en el área de exportaciones agrícolas.

Una acción coordinada, apoyada externamente en la organización del M.R.E. e internamente en la organización del M.A., contando con el apoyo adicional de la red bancaria oficial y privada en el Brasil y en el exterior, fue implementada a través de PROPAEX, para apoyar al sector agrícola brasileño en su esfuerzo exportador.

Para ello se usó la siguiente red institucional del M.A. con sus órganos autónomos, autarquías y empresas:

CINGRA	-	COORDINACION DE ASUNTOS INTERNACIONALES DE AGRICULTURA
CEPLAC	-	COMISION EJECUTIVA DEL PLAN DE CULTIVOS DEL CACAO
CENEA	-	CENTRO NACIONAL DE INGENIERIA AGRICOLA
GEER	-	GRUPO EJECUTIVO DE ELECTRIFICACION RURAL DE COOPERATIVAS
CNC	-	CONSEJO NACIONAL DE COOPERATIVISMO
INEMET	-	INSTITUTO NACIONAL DE METEOROLOGIA
INCRA	-	INSTITUTO NACIONAL DE COLONIZACION Y REFORMA AGRARIA
IBDF	-	INSTITUTO BRASILEÑO DE DESARROLLO FORESTAL
SUDEPE	-	SUPERINTENDENCIA DE DESARROLLO DE LA PESCA
CFP	-	COMISION DE FINANCIAMIENTO DE LA PRODUCCION
EMBRAPA	-	EMPRESA BRASILEÑA DE INVESTIGACION AGROPECUARIA
EMBRATER	-	EMPRESA BRASILEÑA DE ASISTENCIA TECNICA Y EXTENSION RURAL
COBAL	-	COMPANIA BRASILEÑA DE ALIMENTOS
CIBRAZEM	-	COMPANIA BRASILEÑA DE ALMACENAMIENTO
BNCC	-	BANCO NACIONAL DE CREDITO COOPERATIVO S/A .
SNAP	-	SECRETARIA NACIONAL DE PRODUCCION AGROPECUARIA
SNAD	-	SECRETARIA NACIONAL DE DEFENSA AGROPECUARIA
SNAB	-	SECRETARIA NACIONAL DE ABASTECIMIENTO

En el área del Ministerio de Agricultura este esfuerzo es coordinado por CINGRA, que: a) define los campos específicos de acción que competen al M.A., dentro de las áreas de promoción comercial; b) discrimina, en esos campos, las actividades a ser desempeñadas y los procedimientos e instrumentos más apropiados para su ejercicio; c) crea técnicas y procedimientos para la programación de aquellas actividades; d) identifica objetivos, establece directrices y fija prioridades para la formulación y ejecución de los programas; e) estructura el modelo de organización adecuado para el cumplimiento de los programas; f) define y aplica soluciones para los problemas de provisión de recursos financieros y humanos necesarios para la implantación del modelo de organización concebido.



Así, en interacción con diferentes instituciones, conforme indicado en la figura siguiente, PROPAEX pasó a ser operado como un programa regular de apoyo al comercio exterior brasileño, promoviendo las exportaciones y servicios agrícolas.

3. OBJETIVOS

El Programa de Apoyo a la Comercialización de Productos Agrícolas en el Exterior tiene como finalidad apoyar la acción gubernamental y privada para la venta de productos agrícolas y servicios correlativos en el exterior, de manera de contribuir para que sean alcanzadas las metas cuantitativas y cualitativas establecidas por el Gobierno para el área de comercio exterior, a través del incremento de las exportaciones de productos agropecuarios y agroindustrias.

Para lograr esa finalidad, se consideraron los siguientes objetivos, durante la ejecución del PROPAEX: a) aproximar, lo más posible, la oferta brasileña de productos agrícolas exportables a la demanda externa; b) fortalecer, en el país, la conciencia exportadora del sector agrícola, preparando al empresario brasileño para sus contactos en el exterior; c) promover condiciones para que los exportadores brasileños de productos agrícolas tengan acceso e informaciones sobre los mercados externos de su interés.

El detalle de esos objetivos a nivel operacional se presenta más adelante cuando se describan los objetivos específicos, ya correlacionados con las actividades que permiten su alcance.

4. ESTRATEGIA

En la ejecución del PROPAEX y para la consecución de sus objetivos, el M.A. además de tomar en cuenta la evolución de la economía internacional y del comercio exterior brasileño de productos agrícolas, observó los siguientes criterios:

a) la acción gubernamental de apoyo a las exportaciones agrícolas es de carácter complementario y de apoyo a las actividades de instituciones y empresas exportadoras, públicas, mixtas y particulares, en la medida en que éstas son agentes inmediatos del proceso de comercialización. Observando ese principio de no involucrarse directamente en los negocios de exportación, los órganos del M.A. prestan contribución para que las empresas exportadoras idóneas realicen y expandan ventas de productos agrícolas y servicios en el exterior;

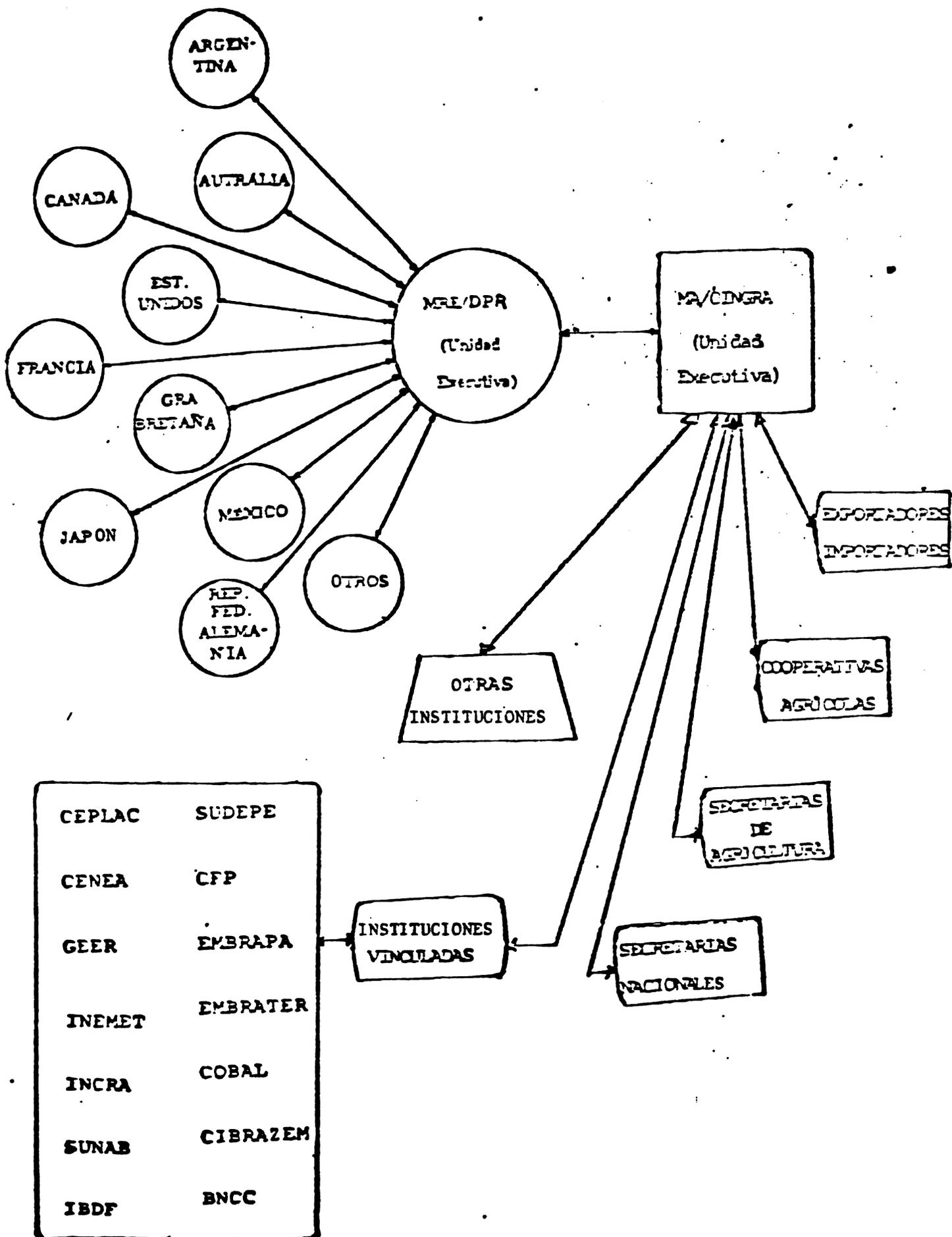
b) en lo relativo a mercados, se observan los términos de referencia específicos de los estudios sobre mercados y productos individuales realizados a través del Proyecto de Estudios Estratégicos de Mercado, también las evaluaciones anuales de desempeño del comercio internacional y específicamente brasileño. Por otro lado, en consonancia con lo que establece el Programa de Promoción Comercial del Itamaraty, a la luz de la política externa de Brasil, se consideran las siguientes directrices:

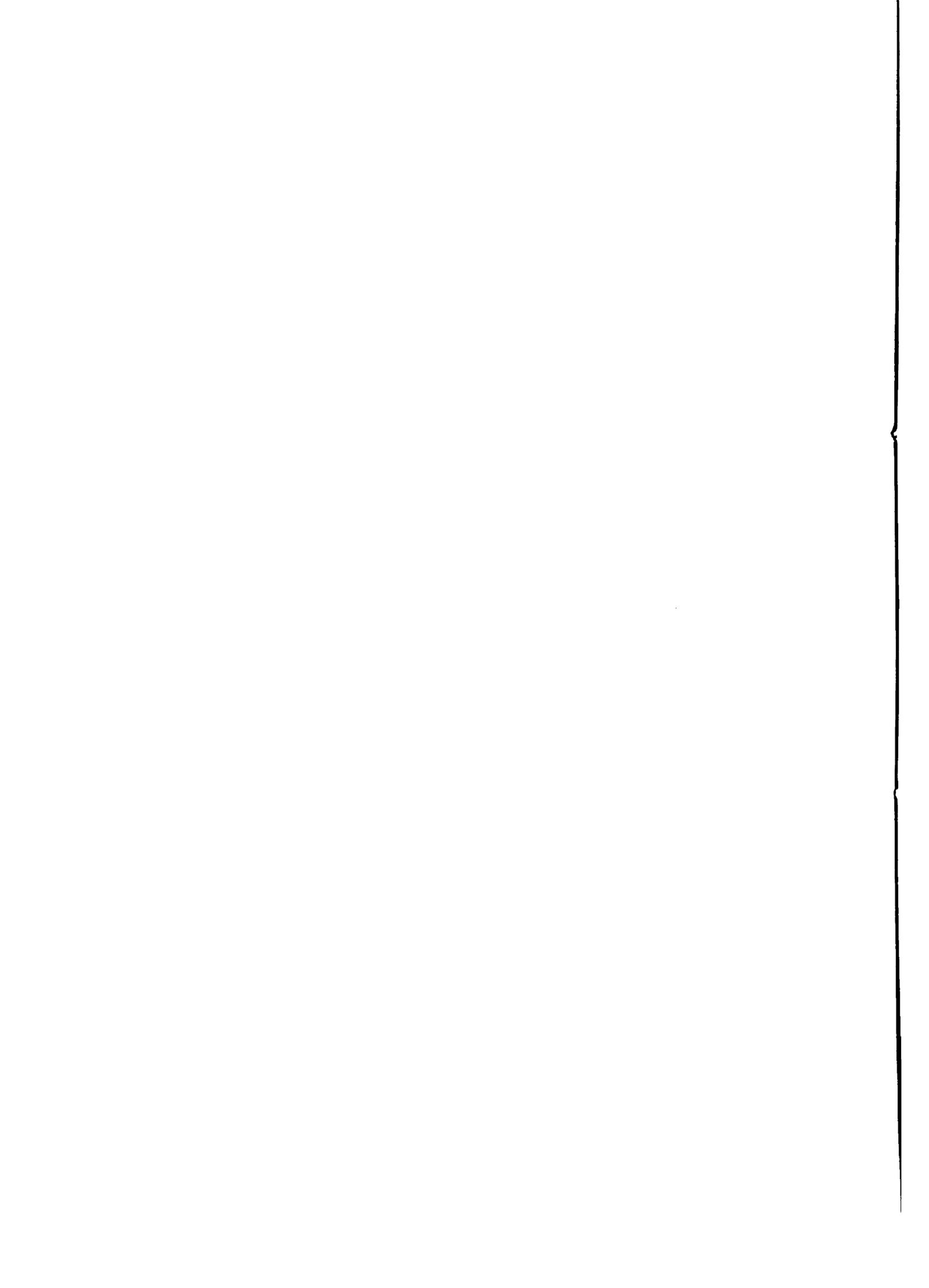
i) los mercados de los países desarrollados reciben atención prioritaria, mayor concentración de recursos y actividades, por sus dimensiones y capacidad de absorber productos brasileños;

ii) la promoción comercial en los países de ALADI también tienen tratamiento preferencial, en razón de las condiciones de acceso para productos brasileños y también por constituir instrumentos de viabilidad futura de esquemas de integración;



SISTEMA INSTITUCIONAL DE PROPAEX





iii) dentro de los llamados mercados nuevos, se presta atención especial a los países proveedores de petróleo, con los cuales Brasil tiene considerables saldos negativos en la balanza de comercio bilateral;

iv) las nuevas naciones africanas de habla portuguesa merecen tratamiento prioritario en el área de los mercados menos explotados en las relaciones comerciales de Brasil;

v) en todos los mercados se busca diversificar, cuando es oportuno, las áreas de comercialización tradicional de Brasil, estableciendo bases para la promoción comercial en mercados regionales eventualmente menos explorados;

vi) siempre que sea posible, se busca utilizar la demanda brasileña de importación como instrumento de promoción, apertura y expansión de mercados para la producción del país.

c) se consideraron los productos prioritarios, ya parcialmente identificados en el cuadro de los Estudios Estratégicos de Mercado, y además:

i) apoyar a la maximización de las recetas de productos agrícolas tradicionales de exportación;

ii) tomar en cuenta, por otro lado, que la evolución reciente del comercio exterior brasileño justifica apoyo a las exportaciones no tradicionales de los sectores agropecuarios y de agroindustria, en cuya pauta van ingresando productos carentes de asistencia adecuada para una eficaz comercialización externa;

iii) buscar mayor diversificación de la pauta de exportaciones agrícolas, mediante la incorporación de productos de grado creciente de elaboración;

iv) privilegiar las exportaciones de servicios y de tecnología agrícolas, por su valor intrínseco y como eficientes multiplicadoras de oportunidades de ventas.

d) en principio, todas las empresas idóneas que deseen exportar productos o servicios agrícolas, o contribuyen para su exportación, merecen el apoyo de PROPAEX, con las siguientes calificaciones:

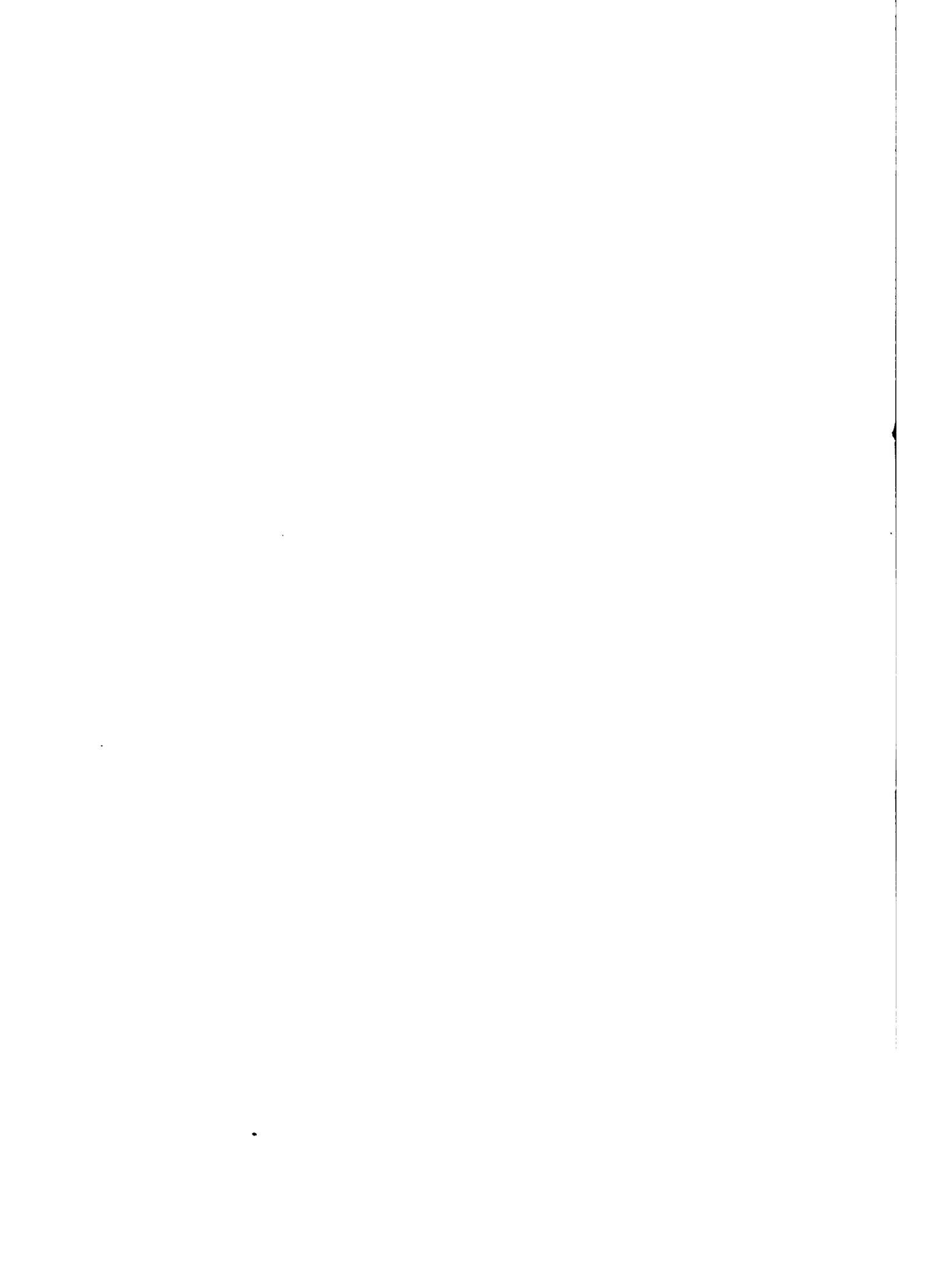
i) las empresas de capital brasileño reciben tratamiento prioritario y preferencial del Programa, teniendo presente que el fortalecimiento de firmas nacionales de y de sus canales/comercialización externa constituyen metas gubernamentales, tanto el aumento como la diversificación de las exportaciones;

ii) las empresas de pequeño y mediano porte reciben atención especial, por disponer de recursos o capacidad insuficiente para desarrollar esfuerzos promocionales en el exterior;

iii) las "compañías comerciales" que ya logran alcanzar niveles efectivamente operacionales reciben beneficios del programa, como instrumentos importantes en la comercialización de productos agrícolas en el exterior;

iv) a las cooperativas de producción y comercialización de productos agrícolas, cuya importancia en la exportación se vuelve cada año más saliente, se brinda todo el apoyo para que participen con eficiencia del esfuerzo exportador;

v) reciben también los beneficios de PROPAEX las instituciones gubernamentales, como C.F.P., COBAL, CIBRAZEM, CACEX, COBEC, INTERBRAS, Secretarías Estatales de Agricultura, Confederación Nacional de Agricultura, Federaciones Estatales de Agricultura o Comercio y Bancos Comerciales que desarrollan actividades relacionadas al comercio exterior.



5. SUBPROGRAMAS Y PROYECTOS

Las actividades de apoyo a la comercialización de productos agrícolas en el exterior se presentan en Subprogramas y Proyectos, indicados a continuación:

1. Subprograma de Información Comercial

- 1.1. Proyecto Diseminación Selectiva de Informaciones Comerciales Agrícolas
- 1.2. Proyecto Publicaciones
- 1.3. Proyecto Informaciones de Mercado Internacional Agrícola
- 1.4. Proyecto Información sobre Zafras y Stocks Agrícolas Internacionales

2. Subprograma de Operaciones de Promoción Comercial

- 2.1. Proyecto Apoyo a Exportadores e Importadores
- 2.2. Proyecto Misiones Comerciales
- 2.3. Proyecto Apoyo a Captación de Inversiones
- 2.4. Proyecto Operaciones Especiales

3. Subprograma de Estudios e Investigaciones de Mercado Agrícola

- 3.1. Proyecto Estudios Estratégicos
- 3.2. Proyecto Investigaciones Corrientes

4. Subprograma de Organización y Modernización

- 4.1. Proyecto Organización, Programación y Control
- 4.2. Proyecto Núcleo de Información y Documentación Comercial
- 4.3. Proyecto Entrenamiento.

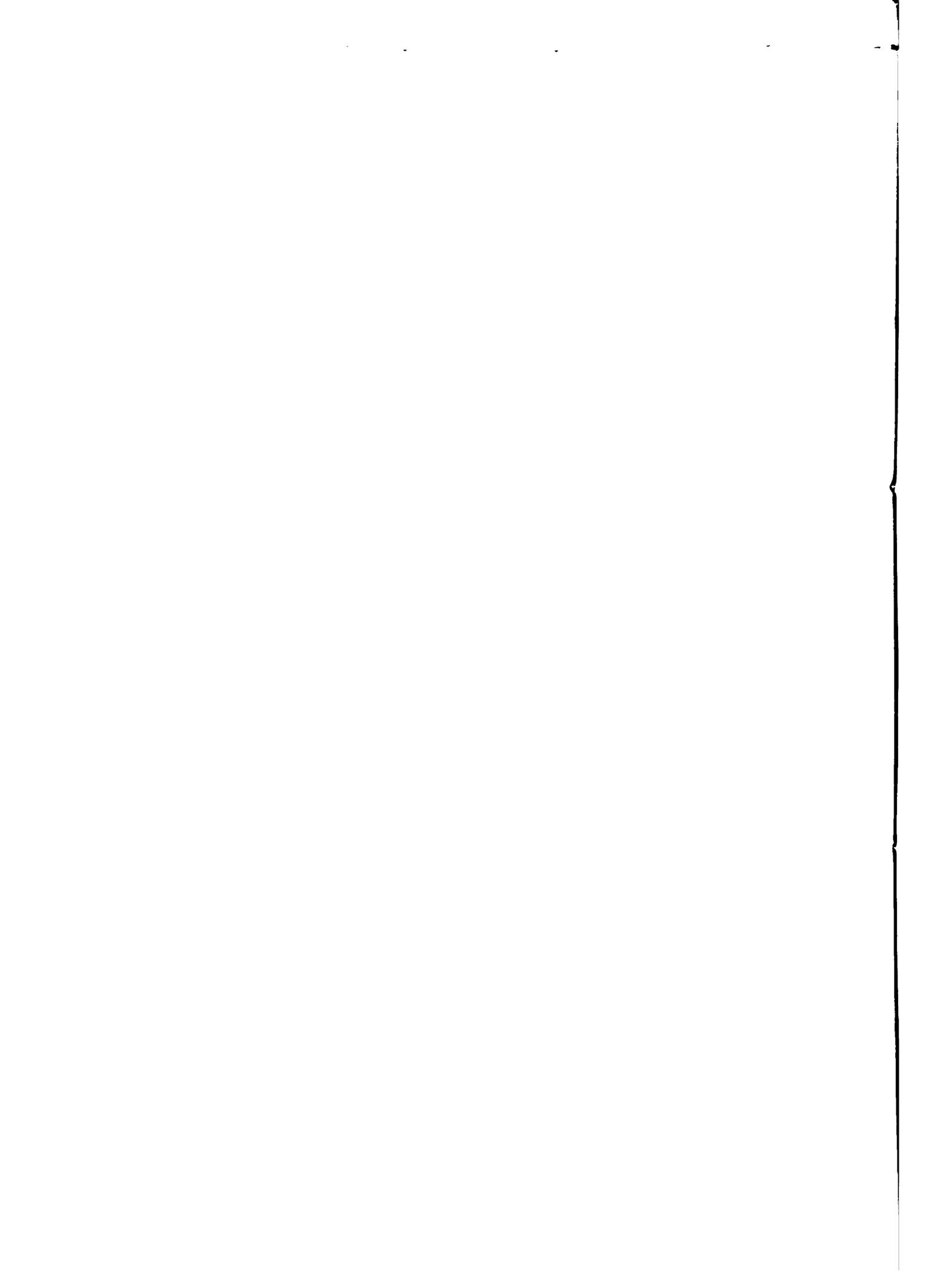
1. SUBPROGRAMA DE INFORMACION COMERCIAL

Este Subprograma tiene por objetivo divulgar en el Brasil informaciones de apoyo a la expansión de las exportaciones agrícolas brasileñas y está estructurado en cuatro Proyectos que ofrecen a los usuarios del PROPAEX informaciones sobre los diversos factores intervinientes en las operaciones de exportación.

1.1. El Proyecto Diseminación Selectiva de Informaciones Comerciales Agrícolas capta en el exterior, reproduce y distribuye inmediatamente a los interesados en Brasil, informaciones relevantes sobre comercio exterior, procesadas por medio de formularios y métodos de comunicación padronizados.

A través de su red de puestos en el exterior, el Sistema de Información Comercial (SIC) de M.R.E. capta, procesa y distribuye informaciones sobre oportunidades de venta directa en el exterior, participación en competencias públicas internacionales, proyectos de financiamiento y asistencia técnica en organismos internacionales, normas y reglamentos de comercio exterior, reclamos comerciales, datos de catastro de empresa, informaciones sobre productos en mercados específicos y publicaciones en general, sobre asuntos de interés de intercambio comercial.

Como vehículo de este sistema se utilizan los Boletines de Oportunidad Comercial (BOC), de Oportunidades en Otros Países (BOP), de Competencia Pública (BCP), de Información de Proyecto (BIP), de Reclamo Comercial (BRC), de Información Comercial (BIC), de Pedido de Información Catastral (PCA), de Información de Mercado (BIM), de Envío de Publicaciones (BEP), de Reglamentación de Comercio Exterior (BRE). En el sentido DPR/Puestos, se emplean los boletines de Pedido de Información Comercial (PIC), Pedido de Información Catastral (PCA), Pedido de Reglamentación de Comercio Exterior, (PRE), Pedi



do de Información sobre Reclamación Comercial (PRC), Pedido de Envío de Publicación (PEP) y Guía de Remesa de Publicación (GRP).

Así, el Sistema de Divulgación Selectiva de Informaciones Comerciales Agrícolas resulta de una ampliación de un sistema ya existente, conforme lo indicado en las Figuras 2 y 3.

1.2. El Proyecto Publicaciones posibilita la divulgación, en gran escala y con circulación dirigida, de informaciones de interés para el mayor número de empresas y órganos ligados a la exportación, y para eventuales inversiones en el país. Tiende, también a difundir en Brasil y en el exterior, aspectos de desarrollo nacional, con miras a formar una imagen actualizada de la situación económica brasileña. En el ámbito de PROPAEX, CINGRA y DPR elaboran, en conjunto, materias incluidas en los siguientes vehículos de divulgación editadas por el M.R.E.:

I - la revista "Comercio Exterior" que estimula las exportaciones por medio de:

- artículos conteniendo investigaciones sobre oportunidades para productos y servicios brasileños en el exterior;
- opinión de importadores sobre productos brasileños;
- la experiencia de las empresas brasileñas que exportan, sobre como conquistar mercados y las dificultades que se encuentran;
- ferias internacionales, como participar y donde se realizan;
- artículos didácticos que enseñan el ABC de la exportación;
- reportajes sobre nuevos mercados para el Brasil y aspectos desconocidos de los mercados tradicionales.

II - el Boletín de la revista "Comercio Exterior", que divulga quincenalmente informaciones recibidas diariamente de los puestos del M.R.E. en el exterior y complementa la revista "Comercio Exterior", con informaciones coyunturales sobre asuntos del sector externo de la economía brasileña, como:

- negocios realizados en el exterior por empresas brasileñas;
- realizaciones de misiones comerciales o el resultado de las ya realizadas;
- comentarios sobre medidas legales que afectan el comercio con Brasil;
- resultados de muestras realizadas en el exterior, con o sin la participación brasileña;
- relaciones bilaterales de Brasil con otros países y de estos con terceros países;
- problemas comerciales y financieros internacionales.

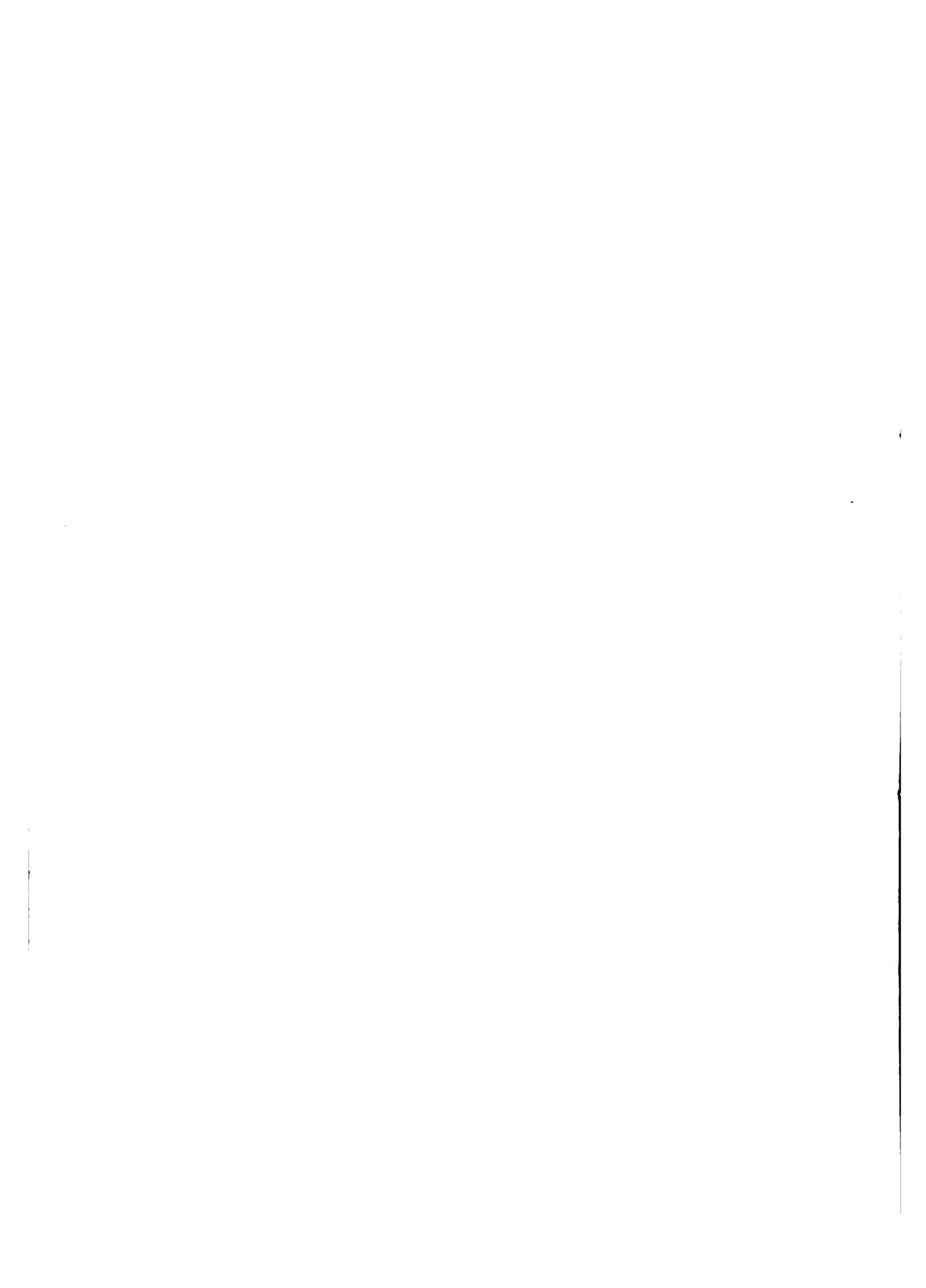
III - la revista "Brasil Comercio e Industria", que tiene dos presentaciones diferentes. Una orientada para mercados de países desarrollados, publicada en inglés, alemán y francés; y otra dirigida a países de América Latina y de Africa, en español y portugués. Su objetivo es alcanzar importadores de bienes y servicios brasileños en los mercados mundiales, también como los inversores potenciales, en el caso de países desarrollados. Permite también publicidad de firmas exportadoras brasileñas, divulgando en el exterior la oferta brasileña de exportación.

1.3. El Proyecto Informaciones de Mercado Internacional Agrícola, a través de dos subproyectos, capta, procesa y divulga datos coyunturales y estructuras de mercados y de productos agrícolas, en plazo que permita la rápida atención a:

- consultas del sector exportador agrícola brasileño e importador extranjero;
- demandas de instituciones gubernamentales, sobre todo las relacionadas al Ministerio de Agricultura, involucrando estadísticas de importaciones y exportaciones por productos y países.

1.3.1. El Subproyecto Información de Mercado Agrícola se beneficia del sistema ya operado por el DPR del M.R.E. y trata de informaciones sobre:

- dimensión de los mercados importadores;
- cotizaciones de precios;
- tratamientos de tarifas;
- d)



relaciones de importadores, e) canales de comercialización; y f) otras informaciones de mercados agrícolas.

Esas informaciones sirven para responder a las demandas casuísticas de consultas específicas de los sectores exportador e importador brasileños, también como a demandas sistemáticas de áreas internas del propio M.A. y de CINGRA, para constituir un archivo propio y también orientar las decisiones gubernamentales de política agrícola.

1.3.2. El Subproyecto Estadísticas de Comercio Internacional se beneficia con los relevamientos de datos de importación y exportación de productos agrícolas realizados por CIEF y por CACEX. Los datos estadísticos relativos al comercio exterior de Brasil, publicados por las fuentes oficiales, llegaban al Ministerio de Agricultura y demás usuarios con desfase, perjudicando el proceso decisorio de las diferentes áreas donde tales datos eran considerados.

Para eliminar estos problemas, CINGRA desarrolló un sistema de estadísticas de comercio internacional, a partir de archivos en cinta magnética disponibles, así procesa por computación datos de: a) cantidad física, valor FOB y precio medio por item exportado de la Nomenclatura Brasileña de Mercadería (N.B.M. y de interés del sector agropecuario; b) cantidades físicas, valores CIF y precio medio de las importaciones de productos e insumos agropecuarios.

1.4. El Proyecto Información sobre Zafras y Stocks Agrícolas Internacionales recoge datos secundarios sobre zafras y stocks de productos agrícolas específicos en países determinados, principales productores y con una posición relevante en términos de mercado internacional.

Los referidos datos, luego de procesados se destinan a suplir las demandas de instituciones gubernamentales, principalmente aquellas relacionadas al sector agrícola y de entidades particulares relacionadas directa o indirectamente con el comercio exterior de productos agropecuarios.

El proyecto usa, a corto plazo, una sistemática simple de recolección de datos, vía fuentes convencionales, análisis y divulgación de informaciones sobre área plantada, productividad, producción y stocks, en importantes regiones productoras en el exterior. A mediano plazo, el proyecto pasará a participar de programas más sofisticados de sensores remotos.

En la fase inicial, el proyecto es limitado a un número reducido de países y productos, pero, conforme su desarrollo, podrá ser ampliado posibilitando evaluaciones sistemáticas de plantío de la cosecha de varios cultivos de interés de Brasil.

2. SUBPROGRAMA DE OPERACIONES DE PROMOCION COMERCIAL

Ese Subprograma apoya al exportador brasileño, al importador y al inversor extranjero, siempre con miras a contribuir al incremento de las relaciones comerciales del país, por medio de los siguientes proyectos específicos: a) Apoyo a Exportadores e Importadores; b) Misiones Comerciales; c) Apoyo a la Captación de Inversiones; d) Operaciones Especiales.

2.1. El Proyecto Apoyo a Exportadores y a Importadores atiende al exportador agrícola brasileño que procura la asistencia gubernamental y/o que viaja individualmente al exterior y al importador agrícola extranjero que busca identificar fuentes brasileñas de abastecimiento.

CINGRA del Ministerio de Agricultura y el Departamento de Promoción Comercial de Itamaraty, proveen a los interesados de los siguientes tipos de apoyo: a) suministro de estadísticas de comercio exterior, datos sobre el tratamiento legal y tarifario a que están sujetos los productos agrícolas con que trabaja el exportador/importador, listas de importadores o de representantes potenciales; b) asesoramiento para el contacto con los principales importadores agrícolas y/o representantes; c) verificación de investigaciones de mercado sobre los productos agrícolas de interés del exportador; d) asistencia, a través de los puestos del M.R.E., en los encuentros de exportadores brasileños con importadores y/o sus agentes; e) divulgación de ofertas de exportación, a través de contactos telefónicos, cámaras de comercio, publicaciones especializadas, etc.

Las actividades de apoyo a los importadores, desarrolladas sobre todo por el M.R.E., comprenden uno o más de los siguientes aspectos: a) captación y transmisión al Brasil, a través de boletines padronizados, de oportunidad comercial; b) suministro de listas de exportadores brasileños de productos de interés del importador; de informaciones sobre economía brasileña, potencialidades de exportación, capacidad de oferta, etc.; c) asesoramiento en contactos de importador con los principales exportadores brasileños de sus productos; d) suministro de informaciones sobre la legislación brasileña; e) orientación en cuanto a transporte, documentación necesaria, despacho aduanero; f) indicación de muestras comerciales previstas en el país o en países de esa misma área de influencia económica, en los cuales habrá participación brasileña para los productos deseados por el importador.

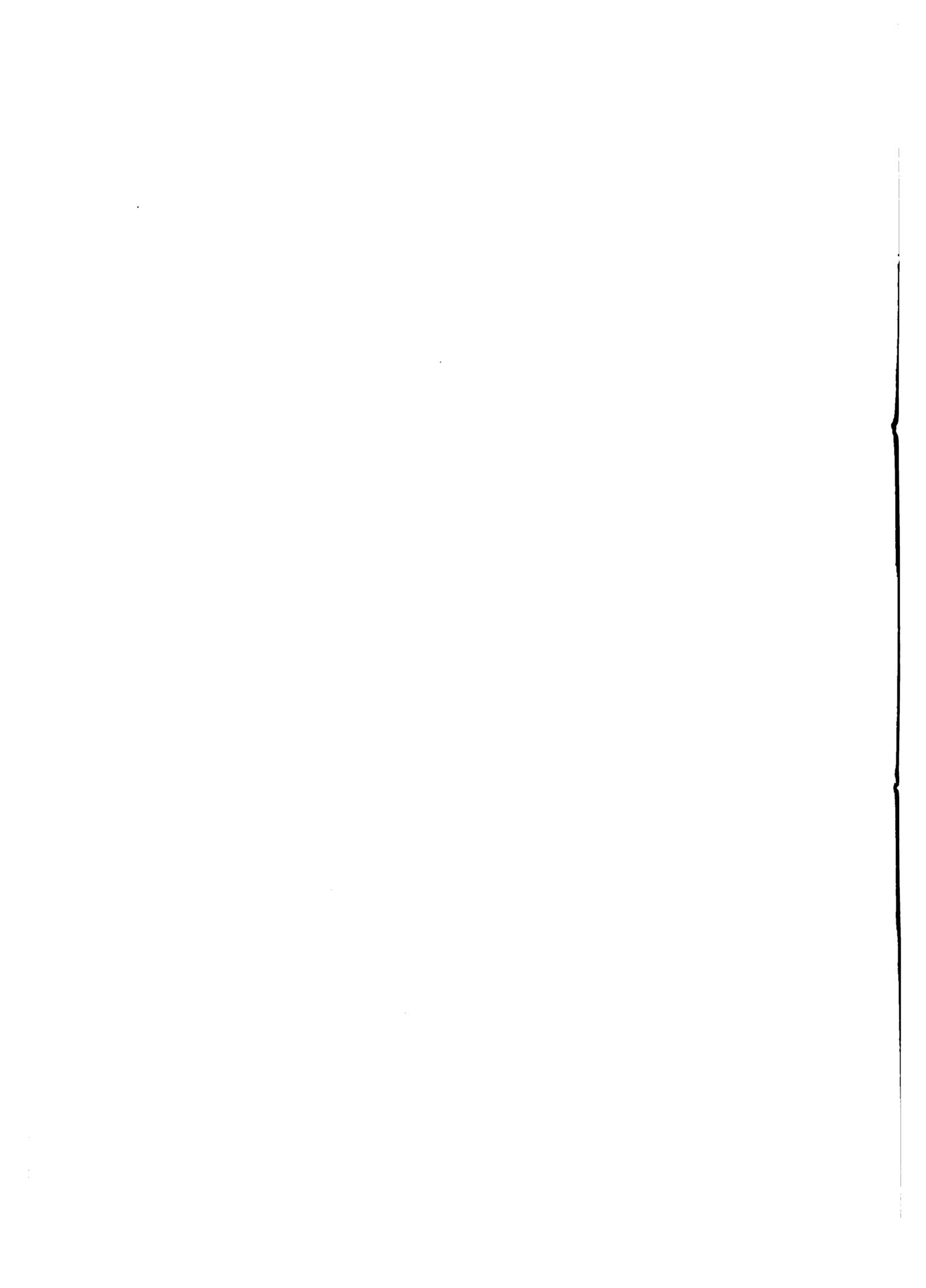
2.2. El Proyecto Misiones Comerciales apoya a grupos de empresarios y/o autoridades brasileñas, en viajes de interés para el comercio exterior de Brasil. En este sentido, el M.A. y el M.R.E. apoyan a la organización de misiones oficiales y empresariales en el exterior y también organizan y asisten visitas al Brasil de misiones extranjeras interesadas en productos y servicios agrícolas brasileños.

La realización de una misión comercial agrícola puede originarse por sugerencias del gobierno o por iniciativa privada, y está sujeta al análisis previo del mercado local. Decidida la realización de la misión comercial agrícola, su fecha y su presumible composición, los puestos del M.R.E. en el exterior difunden su realización e implementan tareas básicas de programación y apoyo.

El Proyecto también se ocupa de la debida asistencia a las misiones agrícolas extranjeras que vienen al Brasil y del acompañamiento de sus resultados, cuando le toca a CINGRA del Ministerio de Agricultura desempeñar las actividades de apoyo necesarias.

2.3. El Proyecto Apoyo a la Captación de Inversiones promueve, en el exterior, oportunidades de inversión en los sectores de agricultura y agroindustria brasileña, también orienta y apoya a inversores extranjeros en sus operaciones en el Brasil.

M.R.E., en el exterior, presenta al interesado elementos sobre la receptividad brasileña a las inversiones en agricultura y agroindustria, informaciones sobre la economía y la agricultura de Brasil, y planes de desarrollo; datos sobre el tratamiento dispensado al capital extranjero y remesa de ganancias; normas para la transferencia e instalación en el Brasil; constitución de empresas y tratamiento oficial; incentivos nacionales, regionales y estatales a inversiones extranjeras; áreas y sectores prioritarios para el desarrollo nacional; temas sobre la legislación laboral, social y de extranjeros; artículos sobre la inflación, corrección monetaria y costo de vida; legislación sobre la propiedad de tierras en el Brasil y sobre transferencia de tecnología, patentes, etc.



CINGRA, en Brasil atiende las consultas específicas sobre inversiones agrícolas captadas por Itamaraty, contando con el apoyo de la administración directa e indirecta del M.A., usando, sobre todo, las Empresas Vinculadas a la Agricultura, lo que posibilita una eficiente orientación a los diferentes intereses manifestados.

2.4. El Proyecto Operaciones Especiales, apoya al empresario brasileño en operaciones comerciales que exijan coordinación especial junto a entidades públicas o privadas nacionales, extranjeras o internacionales, o mediante la participación en Comisiones Mixtas y otras reuniones de carácter internacional, también como en Ferias y Exposiciones Agrícolas en el exterior.

Por lo tanto, el Proyecto en pauta envuelve un conjunto de actividades de naturaleza diversificada como, por ejemplo: a) participación de CINGRA en mesas redondas, conferencias, seminarios de interés para el comercio exterior agrícola brasileño; b) participación de CINGRA en reuniones de Comisiones Mixtas encargadas de relaciones bilaterales; c) apoyo a la remoción de barreras tarifarias y no-tarifarias, en el plano internacional o bilateral; d) apoyo a entendimientos económicos y comerciales a nivel bilateral; e) apoyo a la participación brasileña en foros económicos y comerciales internacionales; f) apoyo a la formación y operación de consorcios de exportadores; g) apoyo a la instalación de sucursales de empresas brasileñas en el exterior; h) orientación a las empresas en sus contactos con órganos del área financiera relacionados a la exportación; i) apoyo a otros órganos y agencias gubernamentales con actividades en el campo de las exportaciones.

En este contexto, merece destacarse el Subproyecto Participación en Ferias y Exposiciones que tiene por finalidad estimular el contacto directo de potenciales consumidores e importadores extranjeros con los productos, servicios y respectivos proveedores brasileños, a fin de estimular las exportaciones agrícolas brasileñas.

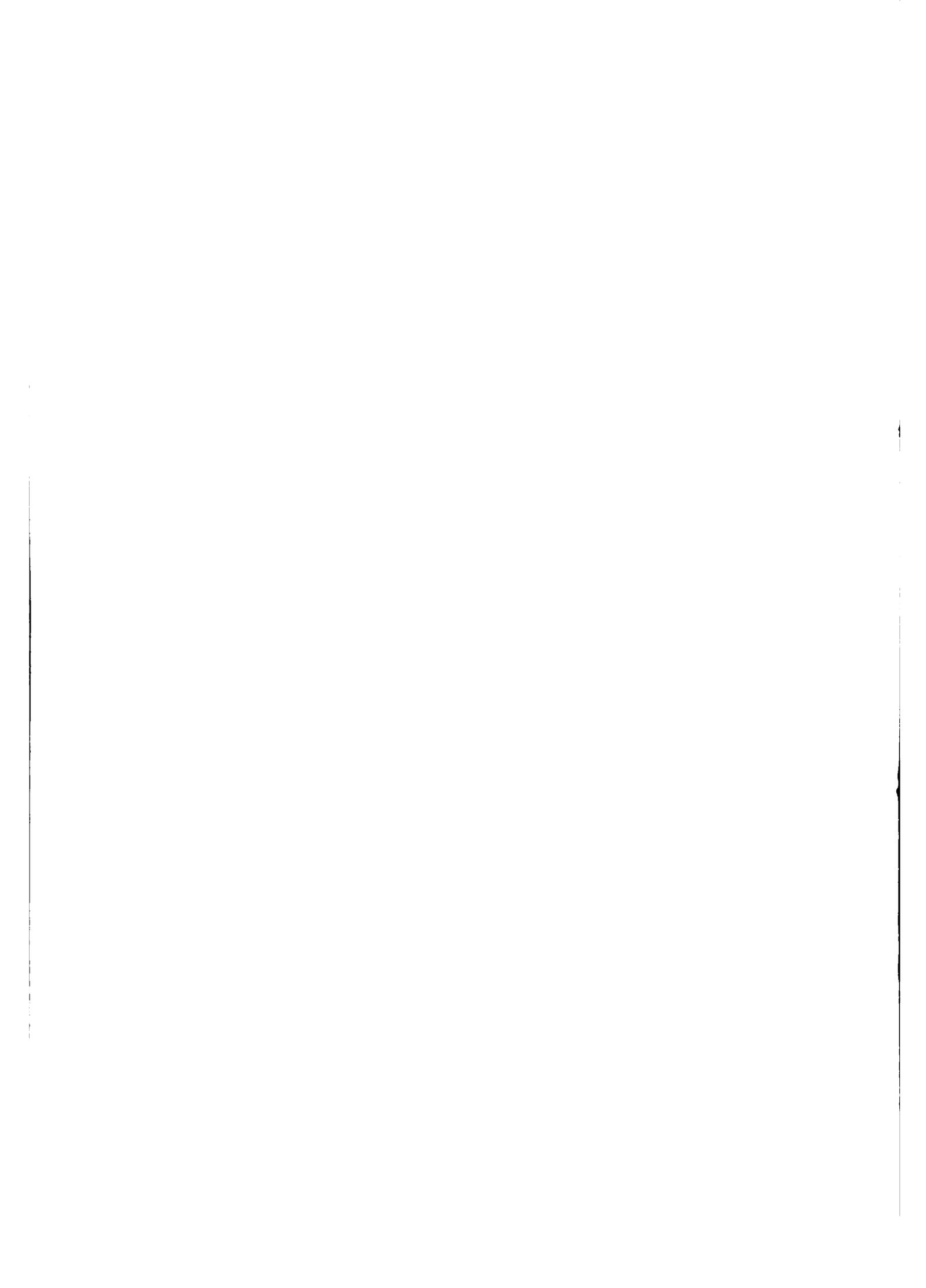
El programa de ferias y exposiciones en el exterior, del M.R.E., ya supera la centena de eventos, diseminados en 35 países. La composición del programa resulta de la consolidación y análisis de subsidios captados por las reparticiones del M.R.E. en Brasil y en el exterior, así como de contribuciones recibidas de otros organismos oficiales y del empresariado nacional, y sigue dos directrices básicas: la diversificación de mercados y la introducción de nuevos productos y en particular las pequeñas y medianas empresas exportadoras.

Con la participación del M.A., se objetivó un mayor involucramiento de empresarios del sector agrícola brasileño en estas promociones y el estímulo a las muestras de productos e insumos agropecuarios, producidos en el país, en ferias y exposiciones internacionales.

Los expositores, beneficiarios directos del proceso tienen para su participación gastos reducidos en relación al total que Brasil gasta en cada certámen. En las muestras generales, con exhibición de productos, los expositores pagan los gastos de transporte, despacho y trámites de las mercaderías a ser expuestas y del desplazamiento de un representante al local de la realización de la muestra.

3. SUBPROGRAMA DE ESTUDIOS E INVESTIGACIONES DE MERCADO AGRICOLA

El presente Subprograma trata de enfatizar el tema agrícola en el esfuerzo actual realizado por el M.R.E., de obtener informaciones de naturaleza técnica utilizadas como subsidios para el establecimiento de directrices y prioridades, pasa a orientar la política de promoción comercial de Brasil en el exterior, a través de estudios básicos e investigaciones corrientes.



3.1. El Proyecto Estudios Estratégicos realiza estudios detallados sobre mercados externos, de manera de proveer al gobierno y a la iniciativa privada de subsidios técnicos para la definición de una estrategia comercial en relación a países preseleccionados.

En este contexto, CINGRA es usuaria y co-participante de investigaciones de mercado para identificar y seleccionar productos y/o grupos de productos agrícolas de exportación efectiva o potencial.

A través del relevamiento de la oferta brasileña de esos productos y de la demanda respectiva en mercados internacionales, el referido proyecto posibilitó el montaje de matrices: a) de productos prioritarios, en mercados seleccionados; y b) de los mercados prioritarios, para cada uno de los productos identificados en la oferta brasileña, en 35 países industrializados y en desarrollo.

Además, el proyecto realiza estudios específicos, de los principales mercados mundiales para algunos productos brasileños, prioritarios en términos de exportación. Una primera serie de ellos, referente a 13 países fue concluida y fueron contratados tres nuevos estudios, cubriendo cerca de quince productos o grupos de productos por mercado, en cada caso.

3.2. El Proyecto Investigaciones Corrientes tiende a realizar investigaciones de mercados externos a fin de suplir a las empresas exportadoras de informaciones generales en cuanto al acceso a mercados de países seleccionados, así como de perfiles de mercados para determinados productos agropecuarios brasileños y estudios sobre temas generales de comercio exterior agrícola.

Dentro de ese Proyecto, el M.R.E. publicó 25 estudios "Como Exportar", cubriendo países prioritarios que fueran objeto de "estudios específicos" de mercado, pero con limitado relieve en productos agrícolas. De allí, el actual esfuerzo para utilizar esta misma línea de trabajo, contemplándola con investigaciones que posibiliten el establecimiento de perfiles de mercado para productos agrícolas y la preparación de material para las publicaciones de la serie "Mercados para el Brasil".

Conviene observar que los estudios e investigaciones de esa serie, no se destinan a una firma en particular y por lo tanto no abordan detalles de comercialización de productos con marca propia. Así, su divulgación entre las firmas brasileñas productoras y exportadoras sirve como un primer elemento de decisión sobre la conveniencia de profundizar su conocimiento sobre el mercado local. En caso que la empresa brasileña desee realizar un estudio de mercado específico para sus productos, deberá usar los servicios de firmas de consultorías especializadas, que el M.R.E. puede ayudar a seleccionar en el exterior.

4. SUBPROGRAMA DE ORGANIZACION Y MODERNIZACION

Este Subprograma trató de organizar y mantener la estructura y los métodos operacionales de la Coordinación de Asuntos Internacionales del Ministerio de Agricultura, proporcionando los recursos institucionales, humanos y presupuestarios para el desempeño de sus funciones de apoyo a PROPAEX.

El Subprograma de Organización y Modernización se subdivide en los Proyectos: 1) Organización, Programación y Control; 2) Núcleo de Información y Documentación Comercial y 3) Entrenamiento.



4.1. El Proyecto Organización, Programación y Control estableció en CINGRA una estructura específica para desarrollar acciones de apoyo comercial a las exportaciones agrícolas, también como el establecimiento de directrices y técnicas operacionales para la implementación del PROPAEX.

4.2. El Proyecto Núcleo de Información y Documentación Comercial, trató de la implementación y operacionalización del Núcleo de Información y Documentación Comercial (NIDOC), de la Coordinación de Asuntos Internacionales de Agricultura, con la finalidad de desarrollar, coordinar, acompañar y evaluar las actividades de captación, procesamiento, almacenamiento, análisis y diseminación de informaciones corrientes y documentarias para atender las necesidades propias y de otras instituciones.

El NIDOC y el Centro de Documentación Comercial del M.R.E. mantienen un servicio de documentación permanentemente actualizado en materia de: a) exportaciones agrícolas; b) legislación de comercio exterior; c) relaciones actualizadas de tarifas aduaneras practicadas por los principales participantes comerciales de Brasil y d) estudios y análisis económicos relativos al comercio internacional.

4.3. El Proyecto Entrenamiento, que trataría de promover la capacitación en servicio, de técnicas de iniciativa privada y gubernamental en temas de promoción comercial relacionados a productos y servicios agrícolas, todavía no fue implementado por falta de recursos financieros.

A través de ese Proyecto, CINGRA procuraría, en coordinación con el M.R.E., ampliar el objetivo de los programas de entrenamiento desarrollados por el DPR, en:

- a) Ciclos de Entrenamiento de Especialistas en Promoción Comercial - CITRE, destinados a proveer a las Unidades del M.R.E. en el exterior de recursos humanos que los habiliten a aumentar su productividad y a perfeccionar técnicos de nivel superior que, una vez finalizado el período de 30 meses de entrenamiento en servicio, en el Brasil y en el exterior, son puestos a disposición del mercado nacional de trabajo para el ejercicio de actividades de comercialización externa.
- b) Intensificación y Perfeccionamiento del Entrenamiento de Funcionarios del M.R.E. en Técnicas de Promoción Comercial - INTRE, que comprenden: a) renovación y perfeccionamiento del curso de entrenamiento y mejoramiento para jefes de sectores de promoción comercial; b) realización de otros cursos de entrenamiento y perfeccionamiento para personal empleado en las unidades del M.R.E.; y c) reciclaje de personal empleado en las unidades en el exterior, por medio de seminarios.

5. CONCLUSION

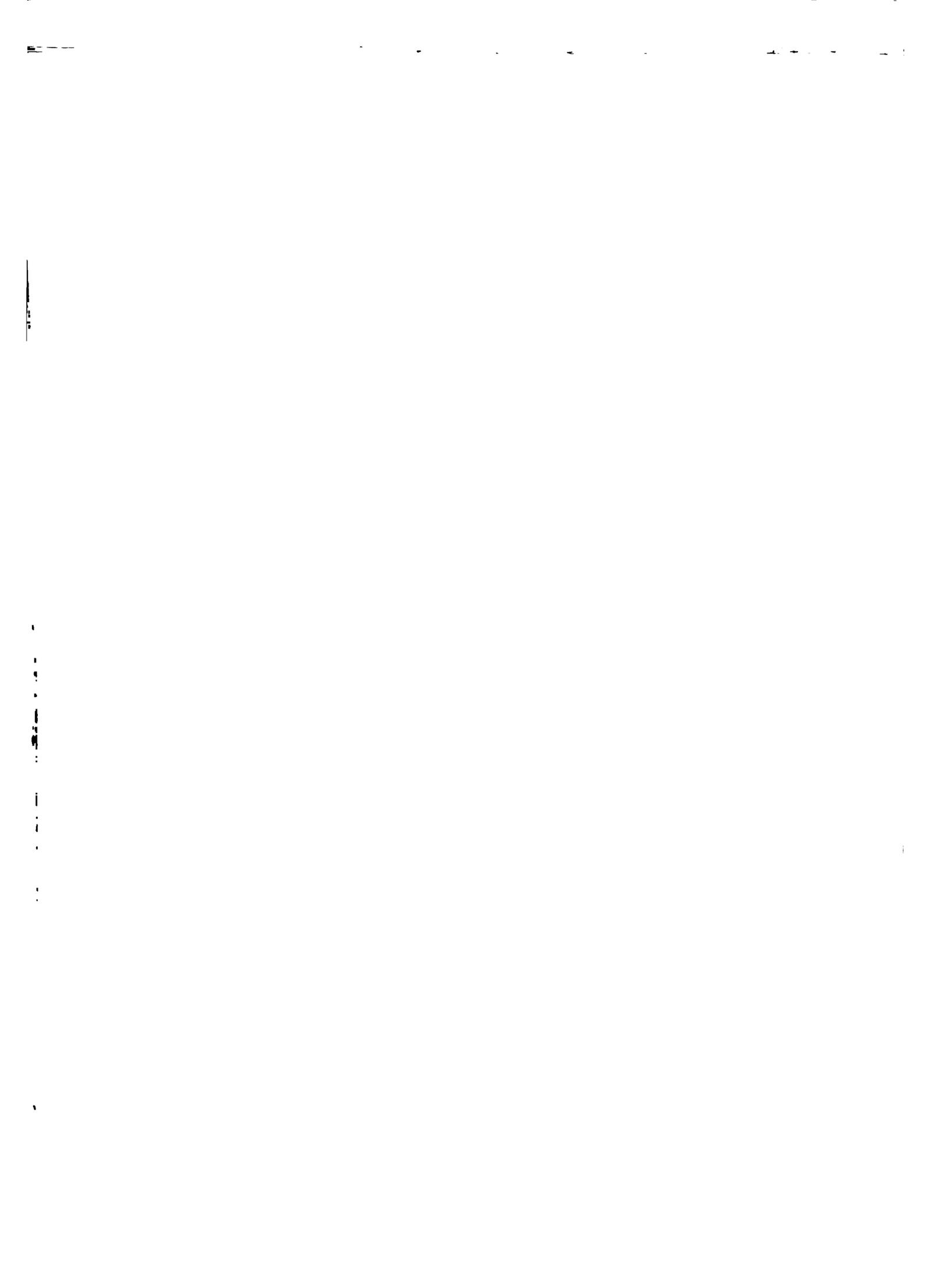
El PROPAEX es un programa relativamente nuevo, con algunos proyectos todavía en fase de implementación, pero considerado como promisorio, por varios criterios. Su estructura institucional es simple y leve con una gran inter-relación ministerial (M.R.E./M.A.). Su ubicación en el Ministerio de Agricultura posibilita una adecuada atención al tema de promover la exportación de productos agrícolas. Sus costos operativos anuales, U\$S 137.715,00 (1983) y U\$S 164.797,00 (1984), no son elevados.

La acción gubernamental es limitada, por el interés de no intervención y por centrar esfuerzos en la función de información de mercado, dejando a la iniciativa privada la mayoría del negocio exportador. También trata de un tema muy oportuno y adecuado a países latinoamericanos. En países como Brasil la agropecuaria además de

proveer alimentos, ingresos, materia prima y empleos, contribuye con significativos porcentajes en las exportaciones.

Con financiación externa, la posibilidad de desarrollar proyectos similares, ajustados a circunstancias específicas, en otros países parece ser alta. Varios países latinoamericanos presentan problemáticas similares, carecen de programas sis temáticos para la promoción de exportaciones de productos agrícolas y han manifesta do reiterado interés por el tema.

Por otro lado, el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura puede contribuir con sus países miembros en esta acción, pues: a) posee una red de 28 oficinas nacionales y regionales en el área; b) está instalando una red de termi nales de computadores conectando sus oficinas, en los países miembros, a su centro de procesamiento de datos, en la oficina central de Costa Rica; c) el IICA tiene una considerable experiencia con el trato de temas agrícolas, acumulada por 42 años de actuación en el sector; d) en su cuadro de personal, cuenta con calificado equipo técnico internacional actuando en varios proyectos de comercialización agrícola y de información; y e) presenta una reconocida capacidad para promover cooperación técnica entre países, organismos internacionales y proveer consultores en los más variados temas de tecnología y desarrollo agrícola.



ANEXO

PROYECTO DISEMINACION SELECTIVA DE INFORMACIONES COMERCIALES AGRICOLAS

El presente proyecto, que es parte del Subprograma de Informaciones Comerciales, tiene como objetivo la implementación del Sistema de Disseminación Selectiva de Informaciones Comerciales Agrícolas. Ese Sistema está compuesto por los siguientes subsistemas:

a) Subsistema de Captación de Informaciones

Ese subsistema, bajo la responsabilidad del Ministerio de Relaciones Exteriores, capta informaciones por intermedio de sus Embajadas en el exterior, a través del Departamento de Promoción Comercial (DPR), vía el Sistema de Informaciones Científica y Tecnológica del Exterior (SICTEC) o usando el medio que mejor le conviene, transfiriéndolas al Ministerio de Agricultura.

b) Subsistema de Almacenamiento de Informaciones

Aquellas informaciones recibidas del Ministerio de Relaciones Exteriores son clasificadas, colocadas en formato específico y transportadas por medios magnéticos, generando la Base de Datos CINGRA bajo la responsabilidad de la Institución del mismo nombre.

c) Subsistema Selector y de Expedición

Este Subsistema está bajo la responsabilidad del DPR y de CINGRA. Para aquellas informaciones que puedan ser distribuidas a usuarios en Brasil a través del Sistema de Informaciones Comerciales de Itamaraty, DPR añade a su Catastro General de Destinatarios la lista de empresas y entidades que puedan tener interés por las informaciones captadas e indicadas por CINGRA. Para las otras informaciones, CINGRA efectúa un mapeo de las informaciones contenidas en la Base de Datos con los posibles usuarios interesados en aquellos tipos de informaciones y también se encarga de la expedición del material seleccionado para un usuario dado. Para este subsistema, se estudian las posibles interacciones con sistemas ya implantados en SIMA, EMBRAPA, EMBRATER y CFP. *

* Ver lista de instituciones adjunta.

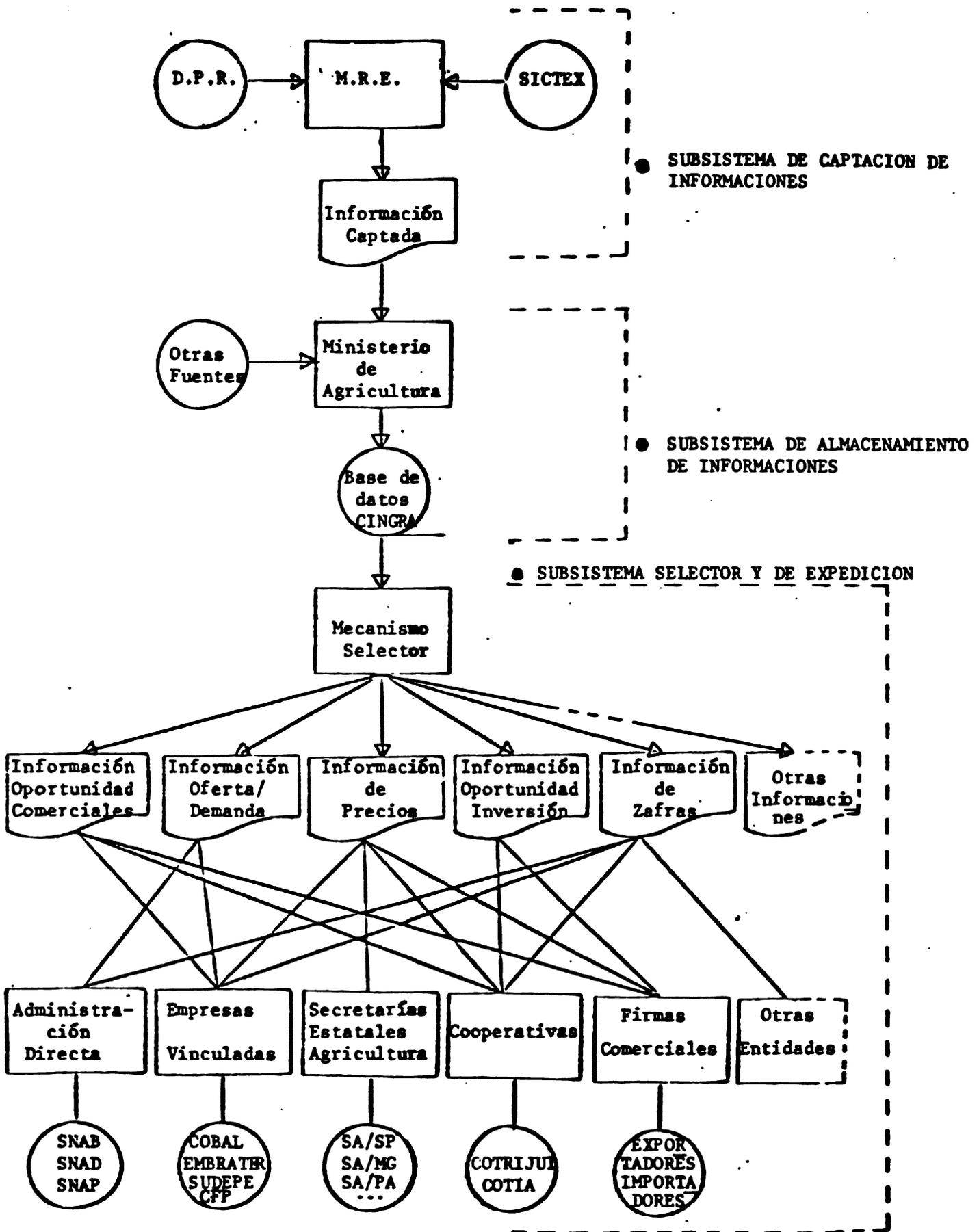


Figura 02 - SISTEMA DE INFORMACIONES COMERCIALES

A modo de ilustración, se pueden destacar los siguientes tipos de informaciones: Oportunidades Comerciales, Oferta y Demanda, Precios, Oportunidades de Inversiones y Zafras, Como posibles usuarios tenemos: Administración directa (SNAB, SNAD, SNAP), Empresas vinculadas (COBAL, EMBRATER, SUDEPE, CFP), Secretarías Estatales de Agricultura (SA/SP, SA/MG, SA/PA, otras), Cooperativas y firmas comerciales EXPORTADORAS o IMPORTADORAS. Como posibles interéses, se indica en la figura 01 que las Empresas Vinculadas, Cooperativas y Firmas Comerciales se interesarían por informaciones de oportunidades comerciales. Una visión objetiva y simplificada del Subsistema Selector y de Expedición está esquematizada en la figura 02, con la designación de Sistema de Disseminación Selectiva de Informaciones Comerciales, el cual CINGRA está usando y que está compuesto de las siguientes fases:

I) Captación de Usuarios - La captación de los usuarios, como tarea iniciadora del sistema, se da a través de catastros existentes en empresas vinculadas al Ministerio de Agricultura, creando así un catastro inicial de usuarios y un perfil de intereses de esos mismos usuarios. El mejoramiento de esos perfiles es una tarea dinámica que ocurre paralelamente a los servicios prestados por el Sistema, y sigue criterios específicos para la admisión de nuevos usuarios. Ese catastro es proporcionado a DPR para efectos de distribución automática de oportunidades comerciales.

II) Automatización de los Perfiles - Esta fase consiste en analizar los perfiles ya existentes en cuanto a su satisfactoriedad o no, teniendo como referencia la realimentación proveniente de los propios usuarios en cuanto a importancia de las informaciones recibidas y a alteraciones y/o incrementos en sus respectivas áreas de acción. En la fase inicial fueron tomados como base el área de interés y los productos procesados por cada usuario, así como informaciones ya existentes en el catastro inicial. Para la automatización del perfil fue necesario el desarrollo de vocabulario "THESAURUS", cuyos términos componen el perfil* del usuario, y de los términos enumeradores de las informaciones, de manera de

* El perfil de un usuario es una expresión lógica entre grupos de términos sinónimos conectados por los operadores Y, O, NO. Ej.: Para un usuario interesado en una oportunidad de exportación y/o precio para los productos soja y/o trigo, tendríamos el perfil (EXPORTACION O PRECIOS) Y (SOJA O TRIGO).

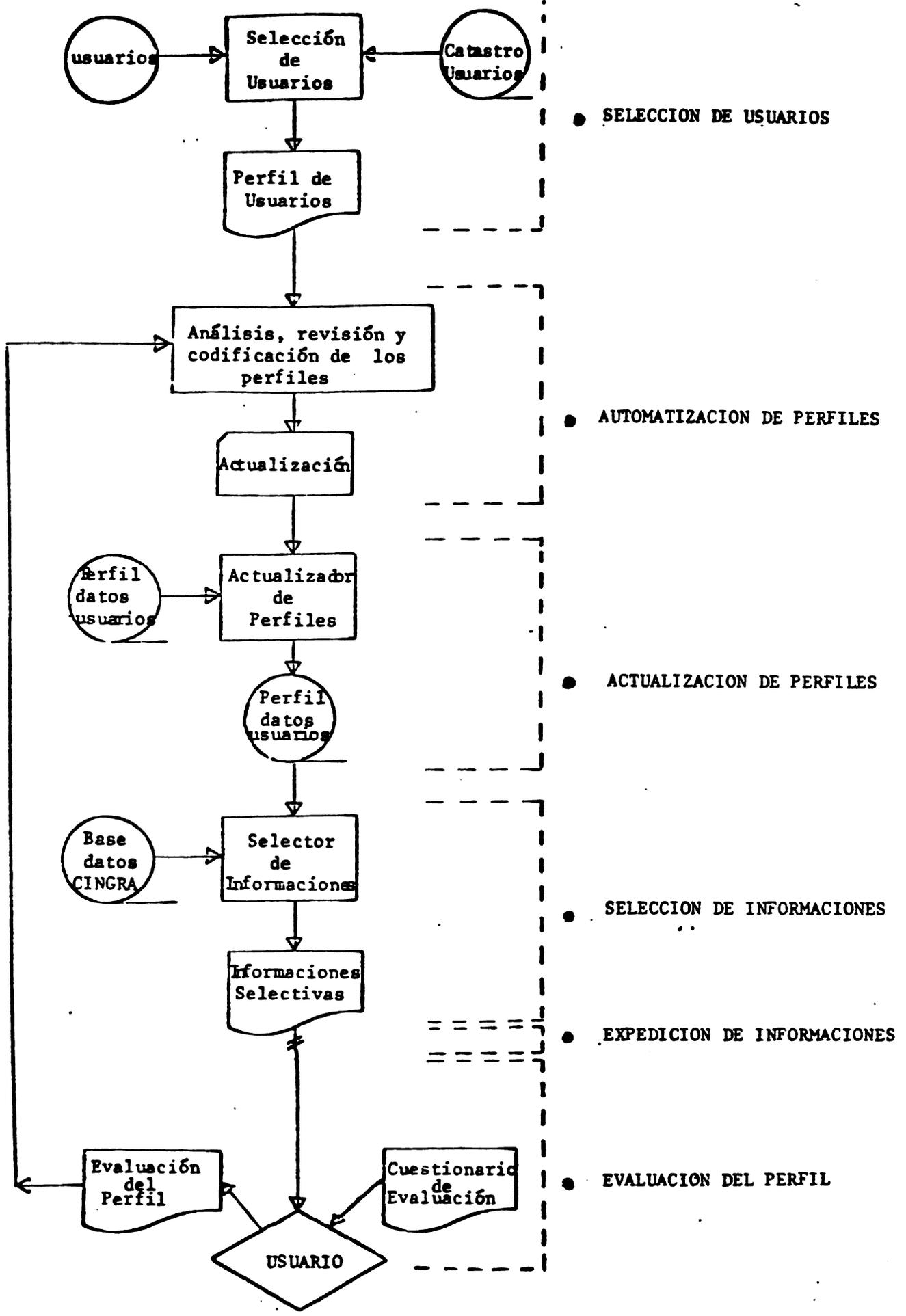


Figura 03 - SISTEMA DE DISEMINACION SELECTIVA DE INFORMACIONES COMERCIALES

posibilita un mapeo entre el interés del usuario y el contenido de las informaciones. Esta fase tiene como producto natural, una codificación correspondiente a un perfil de un nuevo usuario del sistema y además, actualizaciones de perfiles ya existentes, de ser necesario. Esta codificación se transcribe por medios mecánicos o magnéticos de modo de servir de entrada para la fase siguiente.

III) Actualización del Perfil - Las actualizaciones generadas en la fase anterior son aplicadas al archivo de perfil y datos de los usuarios generando una versión actualizada.

IV) Selector de Informaciones - Se efectúa un mapeo entre el perfil de cada usuario, actualizado en la fase III, con todas las informaciones contenidas en la Base de Datos CINGRA, producida en el Subsistema de Almacenamiento de Información, teniendo como salida un informe con los datos de los usuarios (nombre, dirección, etc.) y las informaciones que optimicen su perfil. Este informe contempla solamente aquellos usuarios cuyos intereses sean comunes a por lo menos una unidad de información.

V) Expedición de las Informaciones - El material recuperado es enviado a los usuarios usando los medios más convenientes (correo, valija, telex, etc.), y que dependen del usuario y del carácter de urgencia de la información. Existe posibilidad de ligación de esta fase con sistemas ya implantados en SIMA, EMBRAPA, EMBRATER y CFP.

VI) Evaluación del Perfil - El usuario en posesión del material recibido, del cuestionario de actualización y de sus intereses presentes, realimenta el Sistema para la elaboración/actualización de los perfiles en la fase II, en caso que sea necesario.



