

"Las exportaciones hacia el Mercosur seguirán creciendo"

Entrevista al Embajador Marcelo Avogadro, Subsecretario de Relaciones Comerciales Internacionales

POR JOSE ALFREDO BOROTTI

¿C

uál es el esquema del Programa de Promoción Comercial de Exportaciones elaborado para 1995?

El Programa de Promoción Comercial elaborado para 1995 es el primero

que la Fundación EXPORT.AR elabora habiendo trabajado todas las entidades que la componen, incluidas las oficinas en el interior y en el exterior.

En el diseño de ejecución de este plan participa ampliamente el sector privado, que tiene 11 de los 17 miembros del Consejo de Administración.

El primer capítulo del programa de actividades para 1995 es el Calendario de Ferias Internacionales, con amplia participación del sector privado, tanto en la organización de la participación argentina en las ferias como en determinar cuál es el aporte de cada sector, público y privado, en su organización. En 1994, 584 empresas argentinas participaron en ferias internacionales.

Y hay también un capítulo dedicado a las misiones comerciales...

Respecto a las misiones comerciales, ¿se realiza algún monitoreo del resultado de las mismas?

Sí. El sector cítricos, por ejemplo, concurrió el año pasado a una misión comercial a Hong Kong, Malasia y Singapur. Esta industria, es decir, jugos, aceites esenciales y limón y naranjas como fruta fresca, exporta fundamentalmente a

Europa y necesita abrir otros mercados. Como concurrían a la Feria de la Alimentación de Japón, cuando la Cámara de la Industria Cítrica Argentina vino a pedir la organización de esta misión, coincidió que estaban aquí los embajadores argentinos en la región, convocados por el Encuentro Nacional de Exportadores del año pasado. Hicimos una reunión directamente con los exportadores y acordamos que era bueno concurrir a estos tres países. Los embajadores armaron la agenda previa de trabajo y fue una reunión realmente exitosa, porque las empresas cítricas están bien organizadas y tienen hasta folletería en inglés, porque se cumplió totalmente la agenda y porque se concretaron negocios. Las reuniones de evaluación de misiones y

ferias las hacemos siempre.

Retomando las actividades para este año, ¿incluyen algún punto dedicado a lo que sea capacitación?

Sí. Nosotros hacemos determinados seminarios con la asistencia, como profesores, de empresarios y funcionarios extranjeros o pertenecientes a cámaras extranjeras, abarcando temas como la calidad y normalización, o cómo exportar a un determinado país. Además están los Encuentros Nacionales de Exportadores, de los que ya hicimos uno sobre cómo exportar a Canadá, y otro a Brasil, con una mesa de exportadores exitosos, una mesa macroeconómica y una mesa de normas técnicas.

Siguiendo con el programa, viene luego el capítulo de actividades con países



Brasil es para nosotros un trampolín que genera cultura exportadora, Estados Unidos es importante por su magnitud y el Sudeste Asiático por su potencial

seleccionados. Allí nuestra prioridad es Brasil, incluyendo el Encuentro de Exportadores y la Feria de Curitiba, que es el principal evento y se realizará del 7 al 11 de junio, con la participación de 400 empresas argentinas y empresarios brasileños de los Estados de Paraná, Santa Catalina y Río Grande, que son los más importantes importadores de productos argentinos.

¿Cuál es el grado de importancia concreto del mercado de Brasil para las exportaciones argentinas y qué otros mercados tenemos en orden de prioridad?

Brasil, desde 1991, es el primer importador de bienes argentinos.

El Mercosur y Brasil son el principal objetivo de promoción comercial en 1995, el segundo es Estados Unidos. Las exportaciones a Estados Unidos crecieron el año pasado un 40%, y desde 1991 es el segundo destino de las exportaciones argentinas, pero hasta ese año era el primero. Por eso también le damos importancia. El tercer objetivo es el Sudeste Asiático. En el Encuentro Nacional de Exportadores al Sudeste Asiático del año pasado hubo en Buenos Aires 500 entrevistas, y en el interior del país 1.500.

¿La posibilidad comercial con el Sudeste Asiático está creciendo?

Sí, y potencialmente es la región que más va a crecer.

Nosotros priorizamos el área de mayor potencial. Brasil es para nosotros un enorme trampolín, porque genera cultura exportadora, Estados Unidos es importante por la magnitud del mercado, y en tercer lugar nos interesa, precisamente por su potencial, el Sudeste Asiático.

Entremos específicamente en el Mercosur. ¿Qué trabajo están haciendo, sobre todo respecto a las pequeñas y medianas empresas, en cuanto al comercio intraMercosur?

Las exportaciones argentinas a Brasil están creciendo, y esperamos que este año lleguen a los 10.000 millones de dólares. Pero esperamos que en 1995 las exportaciones argentinas globales crezcan a 20.000 millones de dólares, de los 15.800 de 1994. Los números del primer bimestre lo justifican: 39%, y el índice de marzo va a ser superior a enero y febrero. El panorama indica que hay que hacer un trabajo intenso. Las grandes empresas ya saben cómo moverse, de manera que nuestro trabajo se concen-

Feria industrial argentina en Curitiba

Organizada con la Fundación EXPORT.AR

Curitiba, capital del Estado de Paraná, ubicado en el sur de Brasil, tiene una economía de fuerte raíz agrícola ganadera, un parque industrial de 400 empresas, de las cuales el 32 por ciento son metalúrgicas, el 19 por ciento fabricantes de muebles, el 11 por ciento industrias plásticas, el 10% manufacturas de cuero, el 5 por ciento alimentos y el resto corresponden a los sectores químico, cerámico, confecciones, etc.

Montaje de la feria - 1 al 6 de junio

Desmontaje - 12 y 13 de junio

Predio ferial - Se realizará en el Centro de Exposiciones de Parque Barigüi, con 10.000 metros cuadrados de superficie bruta y una utilización neta de hasta 6.000 metros cuadrados.

Sectores

Multisectorial: automotriz, autopartes, máquinas-herramienta, herramientas, equipamiento hospitalario, máquinas para procesamiento y envasado de alimentos, construcción, aparatos eléctricos, moda, alimentos y bebidas.

Características de los stands

Tienen una superficie mínima de 12 metros cuadrados, y se entregan provistos de alfombra moquette, paredes divisorias en aluminio y paneles, iluminación con spots, una mesa y tres sillas y cartel identificatorio de hasta 40 letras.

El valor del alquiler de los stands es de u\$s 100 por metro cuadrado, incluyendo limpieza y vigilancia del predio.

Empresa de organización en Brasil - Diretriz Empreendimentos S.A.

Lugar de pago - Banco do Brasil. Sarmiento 487, Capital Federal. Cuenta Diretriz Empreendimentos S.A. - Nº 100.573/8

La fotocopia de la boleta de depósito deberá presentarse en EXPORT.AR Ferias internacionales, Leandro N. Alem 449, 4º piso, (1003) Capital Federal, donde también se facilita información respecto a equipamientos adicionales que requieran los expositores y a las características, ampliadas, de la organización, el predio ferial y la ciudad de Curitiba.

tra en las PyME, sacándoles la tecnología y el cómo se hace a las grandes empresas, que colaboran estrechamente con nosotros.

El año pasado hicimos un work shop de harina de trigo en San Pablo, al que concurrió más de la mitad de la industria molinera argentina. A ellos los reunimos con los panaderos y los fabricantes de pastas, es decir, con sus clientes naturales. Cuando volvimos tuvimos una denuncia de la Asociación Molinera de Brasil por dúpung. Ese fue el mayor termómetro de la importancia de la promoción del éxito del evento, aunque no había manera de demostrar que esa denuncia fuera fundada. Este año las exportaciones de harina argentina a Brasil van a crecer un 50%, y no dudo del crecimiento de las exportaciones argentinas hacia la región, más aun cuando se

sumen al Mercosur Chile y Bolivia.

¿Qué cifra de comercio con Chile tenemos en este momento?

El comercio ida y vuelta fue de 1.600 millones de dólares, con 900 correspondientes a exportaciones, es decir superávit. Para fines de junio estamos organizando también un Encuentro de Exportadores con Chile, con amplia colaboración de las dos embajadas. Queremos aprovechar la experiencia chilena de llegada al Sudeste de Asia.

¿Hay alguna región argentina participando activamente en el Sudeste de Asia aprovechando la salida al Pacífico por Chile?

Sí. Mendoza, por ejemplo. Las grúas fabricadas en el Sudeste Asiático tienen un 70% de insumos argentinos, y todo esto, saliendo de Mendoza, se embarca en puertos de Chile.