Brasil: una firme estrategia exportadora
Raúl Ochoa

Así como pasó desapercibido en su momento el Plan de Desarrollo Productivo (PDP) en mayo de este año, algo similar ha ocurrido con la Estrategia Brasileña de Exportaciones 2008/2010 (EBE) anunciada oficialmente el 3 de setiembre.

Es importante señalar que más allá de las dificultades que implica el planeamiento en una nación del tamaño de Brasil y con un régimen federal muy fuerte, el gobierno nacional ha avanzado y logrado consensuar con el sector privado – tras un año de reuniones en la búsqueda de acuerdos – primero el PDP y ahora la EBE que implica no sólo el establecimiento de metas indicativas a cumplir sino mecanismos de control de avance y de corrección de los desvíos estableciendo en todos los casos organismos estatales gestores de cada meta y de los participantes públicos y privados responsables de los avances.

El diagnóstico de la Estrategia de Exportaciones parte de la necesidad de aumentar las exportaciones brasileñas como porcentaje del total mundial del actual 1,10% al 1,25% para 2010, objetivo no menor teniendo en cuenta que hasta principio de esta década ese porcentaje osciló entre el 0,9 y 1%. La meta es alcanzable teniendo en cuenta el ritmo de crecimiento de los envíos al exterior que este año superarán los US$ 200 mil millones.

El desarrollo de la EBE señala la imprescindible mejora de la competitividad en aspectos que son debilidades estructurales a corregir:

- Escasa participación de productos de alta tecnología en las exportaciones

- Bajos índices de I&D de las firmas brasileñas

- Excesiva regulación y burocracia en los procedimientos del comercio exterior, que encarecen los costos e inhiben sobretodo a las PYMES productoras

- Debilidades en la infraestructura de transporte carretero y ferroviario, graves deficiencias en la operatoria y control portuario

- Fallas en el acceso al crédito para las PYMES exportadoras

- Ampliar la red de acuerdos internacionales económicos, comerciales y de inversiones.

Los cinco macro objetivos de la Estrategia son:

- Aumentar la competitividad de la base exportadora brasileña
- Agregar valor a la exportación Aumentar el númerode empresas exportadores permanentes

- Ampliar el acceso a los mercados internacionales

- Incrementar la exportación de servicios Para estos objetivos se prevé mejorar los mecanismos de financiamiento e igualación de tasas de interés del PROEX para otorgar condiciones similares a las que ofrecen los países desarrollados, ampliar la cobertura del seguro de crédito para riesgos comerciales y políticos.

A utilização deste artigo é exclusivo para fins educacionais.

Hay un programa especial de apoyo financiero para los sectores intensivos en mano de obra: cuero y calzado, madera y muebles, textil y confecciones denominado REVITALIZA, el mismo está destinado a mejorar la competitividad y el desarrollo de productos con mayor valor agregado en segmentos sometidos a la competencia china.

Para las PYMES se amplía el Fondo de Garantía de Promoción de la Competitividad – FGPCcreado con fondos del Tesoro y administrado por el BNDES .

También existe el Seguro de Crédito para PYMES que es operado por la SBCE establecido por el Tesoro y cubre los riesgos de financiación pre y post –embarque.

En materia de mercados objetivos para la inteligencia y promoción comercial se definen 17 países, entre los que se encuentra el nuestro y 6 países seleccionados como traders que sirven de puentes para alcanzar otros, entre estos se encuentran Chile y Sudáfrica.

En materia de relaciones comerciales internacionales, existe el interés de cerrar la negociación con los países del Golfo Pérsico y retomar las negociaciones con la Unión Europea ya que consideran que hay posibilidades de lograr un acuerdo favorable en materia agroindustrial y automotriz y por otra parte sino se avanzara en ese sentido habría una pérdida de mercados, dados los acuerdos europeos con países asiáticos.

Con respecto a China se considera que es un mercado mal aprovechado y en tal sentido se ha creado un grupo de trabajo – Agenda China – público/privado para promover las exportaciones brasileñas con mayor valor y las inversiones chinas en el sector productivo.

¿Que se puede extraer como conclusión de este somero análisis? Que Brasil evalúa sus debilidades y fortalezas, analiza oportunidades y amenazas y en base a estas, ha planteado primero un plan de desarrollo productivo y ahora una estrategia de exportaciones, todo a través de una amplia participación del sector privado. Muchas de las conclusiones a las que han arribado en nuestro país vecino y socio, son a su vez oportunidades para nuestro país y obvias amenazas, si como hasta ahora lo que allá se concibe aquí se lo ignora.

Clarin online, Buenos Aires, 23 de set. 2008, Caderno Económico, online.
Disponível em: <http://www.ee.clarin.com> Acesso em: 23/9/2008.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais.