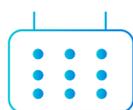


Informe Final Misión Comercial

“Día del Mar Argentino”



6 y 7 de Abril



DEAGI

Martin de Antueno
Carolina Soria

Diseño Gráfico

Agostina Buchamer

Consulado San Pablo

Veronica Cooke
Pedro Gentico.

Embajada en Brasil:

Javier Dufourquet
Rodrigo Bardoneschi

Subsecretaría de Promoción del
Comercio e Inversiones



Ministerio de Relaciones Exteriores,
Comercio Internacional y Culto
Argentina

Los días 6 y 7 de abril se realizó bajo el lema “Día de Mar Argentina” una acción de posicionamiento y una misión comercial de los sectores pesca y acuicultura en las ciudades brasileñas de Brasilia y San Pablo.

La actividad ha sido organizada por la Subsecretaría de Promoción del Comercio e Inversiones de la Cancillería Argentina, junto con la Embajada Argentina en Brasil, el Consulado General de la Argentina en San Pablo, el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca y la Subsecretaría de Pesca y Acuicultura de la Nación.

La visita de la delegación argentina se dividió en dos días de trabajo y estuvo encabezada por el Ministro de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación Julián Domínguez y el Subsecretario de Pesca y Acuicultura Carlos Liberman.

-ETAPA INSTITUCIONAL

La primera jornada se desarrolló en Brasilia y tuvo un carácter institucional. Su objetivo central fue reforzar el vínculo bilateral comercial del sector pesquero argentino con sus contrapartes brasileñas. Las autoridades de nuestro país junto con las cámaras del sector y las empresas argentinas se reunieron con sus pares brasileños y con cámaras locales. Ese mismo día por la tarde se llevó a cabo un seminario virtual en la Embajada Argentina en el cual un especialista del sector desde San Pablo informó sobre las características del comercio en ese país.

-ETAPA COMERCIAL

El 7 de abril en la ciudad de San Pablo se llevaron a cabo las rondas de negocio con formato “B2B” entre las firmas exportadoras argentinas y las potenciales contrapartes locales. El evento tuvo lugar en la Federación de Industrias del Estado de San Pablo (FIESP) y se desarrolló en dos bloques, entre los cuales se realizó un almuerzo buffet en la Residencia Oficial de este Centro de Promoción. El Consulado General en San Pablo logró una agenda de 200 reuniones con 25 contrapartes locales.

En cuanto a la delegación empresarial, se buscó que la misma represente al entramado industrial que trabaja en el mar argentino; por ello, entre las firmas argentinas que acompañaron a la misión hubo cuatro PyMes y el resto se trató de empresas que representan al entramado mediano y grande de empresas.

- Evaluación.

Uno de los objetivos fijados por la DEAGI ha sido poder realizar un seguimiento y evaluación de las acciones de promoción comercial, a tales fines cuando concluyeron las rondas de negocios se procedió a distribuir entre las empresas argentinas participantes un formulario de evaluación.

Esta encuesta pretende conocer la opinión que la delegación argentina tuvo en relación a la participación en esta misión, para ello se evalúan 3 momentos: las actividades realizadas previas al viaje, durante la misión, aspectos relacionados al tipo de contrapartes y finalmente se busca conocer si se pudieron concretar ventas.

El total empresas argentinas participantes de esta comitiva han sido 13 firmas de las cuales 11 han completado el formulario de evaluación, es decir el 85%. Las y los participantes en la misión han puntuado con la máxima calificación disponible a las acciones realizadas previamente al viaje. En particular fue evaluada la información de mercado provista; el perfil de las contrapartes; los detalles logísticos y operativos y el modo en que se respuesta a las inquietudes.



Al momento de evaluar el desempeño alcanzado en el país de destino en particular la calidad de las contrapartes, el espacio físico en el que tuvieron lugar las reuniones y los aspectos logísticos vinculados con la realización del evento, el 100% de las empresas participantes han indicado a cada aspecto como bueno, es decir la máxima calificación.



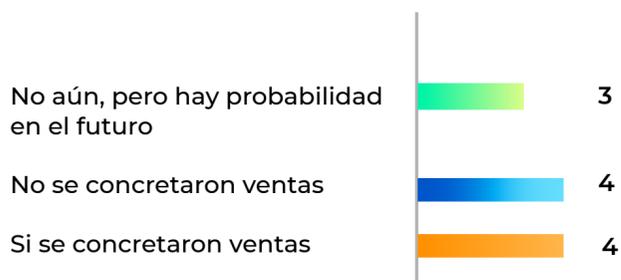
En relación a la cantidad de reuniones todas las firmas fueron con un número de reuniones programadas, al momento de desarrollarse la ronda de negocios todas las empresas realizaron más de las que se tenían previstas. En promedio 15 reuniones para cada empresa



Al momento de calificar a las contrapartes, un aspecto central de toda misión, las empresas señalaron que ha sido “adecuado” el perfil de las contrapartes brasileñas, en cuanto a la trayectoria comercial, la pertinencia del sector y el poder de decisión de sus representantes. sa.



En cuanto a la posibilidad de concretar operaciones comerciales, todos los consultados respondieron que vislumbran una “alta probabilidad” de lograrlo. En particular al momento de responder si se habían concretado ventas, 4 de los encuestados confirmó que sí. Al analizar los montos de las mismas, tres empresas confirmaron haber vendido por un monto superior a los 200 mil dólares; otra compañía declaró haber vendido entre 100 y 200 mil dólares. Mientras que la última declaró haber logrado una venta por un monto mayor a 50 mil dólares.



- Fotos de la Misión y repercusiones en los medios



- COBERTURA EN PRENSA:

<https://www.lacapitalmdp.com/argentina-y-brasil-acordaron-una-medida-para-impulsar-la-exportacion-pesquera/>

<https://www.pescaconciencia.com/2022/04/07/pesca-argentina-y-brasil-acordaron-duplicar-el-piso-de-exportacion-de-merluza-patagonica/>

<https://www.pescare.com.ar/langostino-impulsan-las-exportaciones-a-brasil/>

https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/348448-argentina-y-brasil-acordaron-promover-la-exportacion-pesquera-beneficios-para-el-sector-economia.html

<https://revistapuerto.com.ar/2022/04/argentina-busca-mejorar-las-ventas-de-langostino-en-brasil/>

<https://www.lanacion.com.ar/economia/campo/dominguez-se-reunio-con-el-ministro-de-agricultura-de-brasil-de-que-hablaron-sobre-los-fertilizantes-nid06042022/>

- Fotos de la Misión y repercusiones en los medios



- Fotos de la Misión y repercusiones en los medios



Subsecretaría de Promoción del
Comercio e Inversiones



Ministerio de Relaciones Exteriores,
Comercio Internacional y Culto
Argentina

SUBSECRETARÍA DE PROMOCIÓN DEL COMERCIO E INVERSIONES

**Pablo Sivori, Subsecretario de Promoción del
Comercio e Inversiones**

**Fernando Nicolás López, Dirección Nacional de Promoción de
Exportaciones**

**Sandra Emilce Panes, Dirección de Estrategia y Agenda de
Inserción Internacional**