

ESTRATÉGIA PARA ABERTURA, AMPLIAÇÃO E PROMOÇÃO DO AGRONEGÓCIO BRASILEIRO NO MERCADO INTERNACIONAL

1. INTRODUÇÃO.

A agropecuária brasileira passou por inúmeros processos de evolução ao longo dos anos até ser considerada em âmbito mundial uma referência em produção. Essa evolução é decorrente de fatores como a disponibilidade de terras, que possibilitou a ampliação de suas fronteiras agrícolas, o avanço tecnológico, resultante da notoriedade e excelência da contribuição das instituições de pesquisa nacionais, além do fator humano, representado por pessoal qualificado e empreendedor.

A evolução tecnológica no setor rural proporcionou saltos expressivos em sua produtividade no decorrer do tempo, gerando excedentes, que permitiram que o Brasil se tornasse uma das principais lideranças mundiais na produção e exportação de grãos, de proteínas de origem animal e de uma infinidade de culturas e cadeias produtivas.

O Brasil representa um país que protege suas nascentes e seus corredores de biodiversidade e que planeja de forma sustentável o uso de seus recursos, incentivando a agricultura de baixo carbono, a integração lavoura, pecuária e florestas, o plantio direto na palha, a produção de orgânicos e o bem-estar animal.

A preservação de florestas e a ocupação de áreas destinadas à agricultura de forma consciente tornaram o Brasil um dos países com menor índice de utilização de terras pelo setor, o que denota a adequabilidade e resiliência em seu processo produtivo.

O Código Florestal Brasileiro dispõe, dentre outros assuntos, sobre a proteção da vegetação nativa e das áreas de reserva legal, sendo um dos mais completos do mundo. As propriedades rurais são obrigadas a manter áreas com cobertura de vegetação nativa, variando entre 20 a 80% do tamanho do imóvel, conforme o bioma de sua localização.

2. O AGRONEGÓCIO BRASILEIRO E O COMÉRCIO INTERNACIONAL.

O agronegócio brasileiro representa uma das forças de criação e distribuição de riquezas no País, sendo responsável por parte relevante do Produto Interno Bruto - PIB. O agronegócio é um dos setores que ajudam o Brasil evoluir continuamente em seu grau de riqueza e distribuição de renda.

O Brasil é um dos grandes produtores mundiais de alimentos, gerando excedentes sustentáveis destinados à demanda internacional. Foi a partir do incremento significativo nos níveis de produtividade que foram viabilizados excedentes suficientes à exportação de produtos primários, em uma primeira fase, e, posteriormente, a evolução para exportações com maior valor agregado.

O agronegócio produz consecutivos saldos positivos na balança comercial, o que dinamiza a economia e gera empregos. O agronegócio também torna as empresas mais globalizadas.

Porém, para o Brasil continuar como um dos atores significativos no mercado internacional, será preciso agregar mais valor, diversificar a pauta dos produtos a serem exportados, diluir riscos de concentração em número reduzido de destinos, abrir novos mercados e manter abertos os mercados já existentes.

É necessário ainda reduzir e eliminar barreiras às exportações brasileiras, aumentar a capacidade e a velocidade de resposta perante desafios de acesso a mercados, preparar o Brasil para os novos temas com impacto no agronegócio em discussão nos foros internacionais e criar condições

para que maior número de produtores e empresas ligadas ao agronegócio possam se tornar exportadores, entre outros temas.

Por todo o exposto, é fundamental o estabelecimento de uma estratégia que aprimore a participação brasileira no mercado internacional.

3. ESTRATÉGIA INTERNACIONAL PARA O AGRONEGÓCIO.

A Estratégia aqui consolidada tem por finalidade básica incrementar a competitividade dos produtos brasileiros e o consequente aumento do comércio exterior agrícola, englobando temas diversos sobre as negociações internacionais que favoreçam a abertura, ampliação e promoção do agronegócio no mercado internacional.

A atuação brasileira deve pautar-se por gerar incremento de comércio, diluir riscos, reduzir e eliminar barreiras, desconcentrar destinos e origens, diversificar a pauta de produtos exportáveis, incentivar importadores e exportadores e agregar valor aos produtos.

A estratégia busca aumentar a sinergia entre a atuação governamental e a da iniciativa privada, com o objetivo de identificar e gerar novas oportunidades de negócios.

Esta Estratégia será, oportunamente, complementada por um Plano Nacional de Internacionalização do Agronegócio a ser elaborado pelos órgãos e entidades da Administração Pública Federal responsáveis pela sua gestão, por meio da conjunção de esforços para continuidade e ampliação do escopo das iniciativas já existentes e pela implementação de novas iniciativas que se fizerem necessárias.

3.1. Dos Elementos Estratégicos existentes.

A Estratégia e o Plano levarão em conta as ações e processos já existentes correlacionadas ao tema em foco.

3.2. Dos Objetivos Estratégicos.

Foram identificadas quatro grandes áreas de trabalho, que são traduzidas neste contexto em objetivos estratégicos, a seguir apresentados, de forma a organizar e direcionar os esforços no sentido pretendido.

3.2.1. Abertura de mercados.

O presente objetivo visa a análise de novos mercados a serem abertos, a identificação de novos produtos a serem exportados e de fatores limitantes ao acesso, bem como a realização de tratativas com vistas à eliminação destes fatores, por meio da manutenção de um plano continuado de relacionamento com os países considerados estratégicos, visando o início das trocas comerciais.

3.2.2. Ampliação de mercados.

O presente objetivo visa identificar novas oportunidades em destinos tradicionais e viabilizar o aumento da participação brasileira nas importações desses países, bem como a inclusão de novos exportadores, por meio da avaliação continuada da competitividade com países concorrentes, das flutuações de oferta e demanda e ocorrência de eventos de natureza não tarifária que possibilitem a substituição de concorrentes.

3.2.3. Promoção e imagem.

O presente objetivo refere-se à promoção e defesa da imagem da produção agropecuária, incluindo as ações para promoção, divulgação e participação brasileira no mercado internacional, de forma a garantir que seja percebida a qualidade dos produtos brasileiros e que o país produza com integridade e sustentabilidade, baixa utilização de terras e preservação de biomas e entrega produtos confiáveis e seguros para o consumo.

3.2.4. Manutenção e retomada de mercados.

O presente objetivo trata da necessidade de destaque para a manutenção e retomada de mercados por meio do monitoramento da competitividade, perdas na participação, interferências externas e internas, gestão de crises e retomada de mercados.

3.3. Dos Eixos Estruturantes.

Para sistematização e desdobramento dos objetivos estratégicos, foram idealizados Eixos Estruturantes, que representam os temas principais escolhidos para serem determinantes das prioridades que nortearão a Estratégia, sob os quais devem ser ponderadas as ações específicas das organizações governamentais.

3.3.1. Fortalecimento da coordenação e integração.

O Eixo propõe o aprimoramento do modelo de atuação dos órgãos e entidades da administração pública federal, responsáveis pela gestão e implementação da ESIAGRO, visando aumentar a eficiência e o atingimento das seguintes diretrizes, que figuram como elementos essenciais, fundamentais para a convergência de esforços e alcance dos objetivos estratégicos:

- a) Aprimoramento da coordenação e integração entre os órgãos responsáveis pela implementação da ESIAGRO, inclusive mediante novos canais e procedimentos de comunicação;
- b) Estruturação de rede para ampliação da atuação;
- c) Aprimoramento dos canais de comunicação e melhoria na articulação com importadores, exportadores, órgãos, agências e entidades governamentais estrangeiras e a academia;
- d) Identificação, acompanhamento e avaliação de acordos e negociações necessários para abertura, ampliação, manutenção e retomada de mercados por produto e país;
- e) Identificação, monitoramento e superação de barreiras ao comércio internacional do agronegócio;
- f) Identificação e aprimoramento de políticas de crédito, benefícios e incentivos fiscais relevantes existentes e necessárias ao crescimento do comércio internacional do agronegócio;
- g) Identificação e aprimoramento de políticas de incentivo à agregação de valor e de facilitação de comércio existentes e necessárias ao crescimento do comércio internacional do agronegócio.

3.3.2. Análise de mercados.

O Eixo propõe a análise de estruturas de cadeias produtivas, logística nacional e internacional, aspectos mercadológicos internos e externos, e questões que influenciam mercados estrangeiros, visando a identificação de oportunidades e barreiras para o agronegócio. O Eixo propõe as seguintes diretrizes, consideradas essenciais para o alcance dos objetivos da ESIAGRO:

- a) Avaliação do mercado agrícola nacional e internacional, com ênfase para a análise de preços internos e externos, níveis de abastecimento, segurança alimentar, influências climáticas, agronômicas, econômicas e sociais, relacionadas com a produção e consumo mundial;
- b) Monitoramento da participação brasileira e de países concorrentes nas importações e exportações de produtos agrícolas e nos países considerados estratégicos;
- c) Avaliação de aspectos que influenciam mercados estrangeiros;
- d) Avaliação do nível de estruturação das cadeias produtivas nacionais e globais e da capacidade de atendimento às demandas de abertura e ampliação de mercados;

e) Levantamento de rotas logísticas internacionais, custos de transação e tarifários, que incidem e interferem no acesso aos mercados importadores estratégicos pelos produtos do agronegócio brasileiro;

f) Identificação de oportunidades para abertura, ampliação e promoção do comércio internacional do agronegócio no exterior;

g) Identificação dos principais gargalos logísticos para a exportação do agronegócio brasileiro.

3.3.3. Pesquisa e tecnologia e disseminação do conhecimento.

O Eixo preconiza a realização de estudos para produção e difusão de conhecimentos para aumento da produtividade, sustentabilidade, diferenciação e agregação de valor aos produtos do agronegócio, bem como para estabelecimento de critérios de priorização de negociações e acordos.

O Eixo propõe ainda a integração e desenvolvimento de soluções tecnológicas para consolidação de informações e difusão de conhecimentos de interesse do agronegócio brasileiro, bem como para aprimoramento da comunicação.

As seguintes diretrizes do Eixo são consideradas essenciais para o alcance dos objetivos da ESIAGRO:

a) Pesquisa, desenvolvimento e inovação para aumento da produtividade, diferenciação de produtos, agregação de valor e sustentabilidade da agricultura;

b) Integração e desenvolvimento de painéis, plataformas, portais e sistemas de informação para difusão de conhecimentos de interesse do agronegócio;

c) Realização de estudos para estabelecimento de critérios que orientem a priorização de negociações.

3.3.4. Promoção internacional.

O Eixo propõe a organização de programas, projetos e iniciativas já em execução visando a conjunção dos esforços dos órgãos e entidades da Administração Pública Federal na promoção do agronegócio, seus produtos, derivados e insumos e da sua imagem no exterior.

De outro lado, o Eixo se propõe a indicar ações de defesa da imagem institucional do agronegócio e promover marcas e selos de identidade, qualidade e integridade do Brasil no exterior.

As seguintes diretrizes são essenciais para o alcance dos objetivos da ESIAGRO:

a) Atuação coordenada para identificação, seleção e participação em eventos promocionais dos produtos do agronegócio brasileiro no Brasil e no exterior;

b) Fortalecimento da imagem do agronegócio brasileiro no exterior;

c) Elaboração de estratégias de defesa da imagem institucional;

d) Promoção de marcas e selos de identidade, qualidade e integridade.

3.3.5. Gestão de riscos e ameaças.

O Eixo propõe o monitoramento e a gestão conjunta de riscos, ameaças e a identificação e monitoramento de eventos internos e externos, que possam afetar o comércio internacional do agronegócio.

O Eixo preconiza ainda a análise de cenários, a elaboração de planos e a implementação de medidas de contingência com vistas à neutralização de eventuais efeitos negativos de eventos críticos internos e externos ao agronegócio brasileiro.

O Eixo também prevê também a discussão de medidas para aumentar a capacidade e a velocidade de reação perante demandas de autoridades e mercados externos, sobretudo em termos de provimento de informações detalhadas sobre produtos, locais de produção e carregamentos.

As seguintes diretrizes são consideradas essenciais para o alcance dos objetivos da ESIAGRO:

- a) Identificação, monitoramento e gestão de riscos e ameaças internas e externas ao comércio exterior do agronegócio;
- b) Aprimoramento dos mecanismos de integração e coordenação para gestão de crises;
- c) Desenvolvimento de ações e procedimentos para aumentar a capacidade e a velocidade de reação perante demandas específicas de autoridades e mercados externos em relação a produtos do agronegócio objeto de questionamento.

3.4. Das Ações Estratégicas.

O Quadro sintético constante do Anexo II a seguir, correlaciona os Eixos Estruturantes, as Diretrizes e as Ações Estratégicas, necessárias para a consecução dos objetivos da presente Estratégia.

4. DA IMPLEMENTAÇÃO DA ESTRATÉGIA.

A Estratégia aqui estabelecida deve ser implementada a partir da coordenação pelo Poder Executivo. As áreas governamentais devem observar a estratégia explicitada neste documento em cada etapa de planejamento e a implementação de ações sob gestão.

A elaboração e consecução do Plano Nacional de Internacionalização do Agronegócio - PLANAGRO permitirá o gerenciamento das ações necessárias ao cumprimento dos objetivos previstos e organização dos Eixos Estruturantes nas diversas esferas do Governo.

Na estruturação do PLANAGRO deverá ser desenvolvida matriz de responsabilidades que contemple o conjunto de ações para o cumprimento dos objetivos da Estratégia, devendo contar ainda, com mecanismos de acompanhamento da execução das ações.

Caberá à Comissão Gestora da ESIAGRO a elaboração e a consolidação do PLANAGRO.

A junção dessa Estratégia com o Plano Internacional para o Agronegócio direcionará os esforços do Governo Federal no sentido da abertura, ampliação e promoção no mercado global.

ANEXO II

Eixos Estruturantes	Diretrizes	Ações Estratégicas
<p style="text-align: center;">I</p> <p>Fortalecimento da coordenação e integração</p>	<p>a) Aprimoramento da coordenação e integração entre os órgãos responsáveis pela implementação da ESIAGRO, inclusive mediante novos canais e procedimentos de comunicação.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Elaborar o regimento interno para atuação da Comissão Gestora da Estratégia. 2. Elaborar o PLANAGRO.
	<p>b) Estruturação de rede para ampliação da atuação.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 3. Analisar as redes existentes no exterior. 4. Elaborar proposta de trabalho conjunta para as redes em relação ao comércio internacional do agronegócio, com base nas orientações previstas na ESIAGRO.
	<p>c) Aprimoramento dos canais de comunicação e melhoria na articulação com importadores, exportadores, órgãos, agências, entidades governamentais estrangeiras e a academia.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 5. Criar ou aprimorar fórum existente, contemplando modelo de relacionamento com a sociedade civil, o setor privado e a academia, buscando capturar suas necessidades, estratégias e capacidades em relação ao mercado internacional. 6. Promover ações e eventos de forma a viabilizar que as empresas participantes possam construir suas próprias redes de relacionamento internacional de médio e longo prazos. 7. Sistematizar informações sobre importadores, exportadores, órgãos, agências e entidades governamentais estrangeiras relacionadas ao setor, para cada país destino de nossas exportações. 8. Ampliar a representatividade do Brasil em organismos internacionais de referência e assegurar a defesa dos interesses do agronegócio nos diversos fóruns internacionais.
	<p>d) Identificação, acompanhamento e avaliação de acordos e negociações necessários para abertura, ampliação, manutenção e retomada de mercados por produto e país.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 9. Avaliar quadro de acesso a mercados e acordos vigentes e analisar a necessidade de novas negociações, acordos e iniciativas junto a países, blocos econômicos e organismos internacionais. 10. Avaliar os impactos de negociações sobre importações e incentivar aberturas que possam propiciar o aumento das exportações brasileiras. 11. Incentivar negociações sobre facilitação do comércio, procedimentos de equivalência, procedimentos simplificados de controle, inspeção e aprovação, sem prejuízo dos procedimentos de fiscalização nos pontos de ingresso de mercadorias estrangeiras, que previnam o ingresso, disseminação e estabelecimento de pragas e doenças. 12. Buscar incluir em novas negociações, modelos de simplificação e automação, como o intercâmbio de documentos eletrônicos.
	<p>e) Identificação, monitoramento e superação de barreiras ao comércio internacional do agronegócio.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 13. Analisar as barreiras existentes às exportações e a possibilidade de negociar sua eliminação, redução ou simplificação.

		<p>14. Incentivar a harmonização de avaliações de risco no âmbito do Mercosul.</p> <p>15. Otimizar os processos de avaliação de risco e estudar a possibilidade de sua terceirização, no caso de importação de produtos pelo Brasil, mantendo a gestão do processo no âmbito governamental.</p> <p>16. Analisar o impacto e promover a revisão e atualização da legislação agropecuária visando sua adequação à evolução do comércio exterior.</p> <p>17. Realizar processo de esclarecimento a respeito de barreiras tarifárias e não tarifárias ao setor privado e incentivar a internacionalização de empresas como forma de superação de barreiras.</p>
	<p>f) Identificação e aprimoramento de políticas de crédito, benefícios e incentivos fiscais relevantes existentes e necessárias ao crescimento do comércio internacional do agronegócio.</p>	<p>18. Avaliar a situação das linhas financeiras existentes e a possibilidade de utilização da exigibilidade bancária ou fontes alternativas de captação agrícola para financiamento ao segmento exportador.</p> <p>19. Analisar a possibilidade de crédito específico destinado à internacionalização de empresas brasileiras com foco em incremento das exportações.</p> <p>20. Incentivar via crédito a compra de equipamentos e tecnologia de ponta que agreguem valor ao produto a ser exportado.</p> <p>21. Avaliar a criação de programa específico de incentivos não financeiros para agregação de valor em produtos destinados à exportação, de acordo com o porte de produtores e exportadores, considerando a possibilidade de incentivo à agro industrialização e utilização de selos distintivos, inclusive nas Zonas de Processamento de Exportação.</p> <p>22. Incentivar o uso do regime brasileiro de Zonas de Processamento de Exportação.</p> <p>23. Estudar o acesso internacional a ampliação de investimentos em plantas nacionais em conjunto com setor privado, avaliando riscos e benefícios.</p> <p>24. Buscar a utilização de fundos internacionais para incentivar projetos dentro de programas para a agricultura de baixo carbono, integração lavoura-pecuária-floresta - ILPF e outros temas ligados à sustentabilidade.</p>
	<p>g) Identificação e aprimoramento de políticas de cooperação internacional, incentivo à agregação de valor e facilitação de comércio existentes e necessárias ao crescimento do comércio internacional do agronegócio.</p>	<p>25. Catalogar e aprimorar as políticas de incentivo à agregação de valor.</p> <p>26. Avançar na implementação de medidas de facilitação de comércio, em especial, no âmbito do Portal Único de Comércio Exterior.</p> <p>27. Incentivar e disseminar a utilização de gerenciamento de risco de acordo com os níveis de fiscalização agropecuária definidos.</p> <p>28. Incentivar a criação de startups brasileiras que busquem agregar tecnologias para o agronegócio e atração de investidores nacionais ou internacionais para o tema.</p> <p>29. Utilizar a cooperação internacional como forma de incentivar o desenvolvimento mútuo e o incremento das relações com os demais países.</p>

II Análise de Mercado	a) Avaliação do mercado agrícola nacional e internacional, com ênfase para a análise de preços internos e externos, níveis de abastecimento, segurança alimentar, influências climáticas, agronômicas, econômicas e sociais, relacionadas com a produção e consumo mundial.	30. Realizar estudos e sistematizar dados de forma a contar com informações competitivas atualizadas sobre os principais indicadores relacionados ao agronegócio.
	b) Monitoramento da participação brasileira e de países concorrentes nas importações e exportações de produtos agrícolas e nos países considerados estratégicos.	31. Sistematizar o compartilhamento de informações a respeito da participação brasileira e de concorrentes nos principais destinos das exportações brasileiras.
	c) Avaliação de aspectos que influenciam mercados estrangeiros.	32. Avaliar temas que possam impactar a produção e as exportações do agronegócio, tais como mudança do clima, meio ambiente, biodiversidade, água, uso da terra, desertificação e padrões trabalhistas.
	d) Avaliação do nível de estruturação das cadeias produtivas nacionais e globais e da capacidade de atendimento às demandas de abertura e ampliação de mercados.	33. Realizar estudos sobre as cadeias produtivas nacionais inter-relacionando as informações com a demanda mundial, por país e produto.
	e) Levantamento de rotas logísticas internacionais, custos de transação e tarifários, que incidem e interferem no acesso aos mercados importadores estratégicos pelos produtos do agronegócio brasileiro.	34. Estudar os fluxos de logística, ofertando informações relevantes ao setor privado. 35. Construir em conjunto com os Governos Estaduais fluxos de escoamento da produção destinada ao mercado externo.
	f) Identificação de oportunidades para abertura, ampliação e promoção do comércio internacional do agronegócio no exterior.	36. Sistematizar informações sobre oportunidades para incremento no comércio internacional, especialmente a partir de conhecimento estruturado oriundo das redes brasileiras no exterior.
	g) Identificação dos principais gargalos logísticos para a exportação do agronegócio brasileiro.	37. Criar fórum interministerial para logística de exportação do agronegócio ou fortalecer fóruns já existentes. 38. Avaliar os principais gargalos na infraestrutura para o agronegócio a partir de estudos já realizados pelas diversas esferas públicas e privadas e definir prioridades. 39. Criar portfólio de projetos para atração de investimentos externos e projetos de cooperação internacional destinados à melhoria na infraestrutura para escoar a produção.

<p style="text-align: center;">III</p> <p style="text-align: center;">Pesquisa e tecnologia e disseminação do conhecimento</p>	<p>a) Pesquisa, desenvolvimento e inovação para aumento da produtividade, diferenciação de produtos, agregação de valor e sustentabilidade da agricultura.</p>	<p>40. Incentivar pesquisas destinadas ao desenvolvimento, incremento na produtividade, diferenciação de produtos, agregação de valor e sustentabilidade na agricultura, que possam contribuir para a geração de excedentes sustentáveis ao incremento das exportações brasileiras.</p> <p>41. Incentivar o uso de inovação tecnológica relacionada à agricultura e pecuária de precisão.</p>
	<p>b) Integração e desenvolvimento de painéis, plataformas, portais e sistemas de informação e difusão de conhecimentos de interesse do agronegócio.</p>	<p>42. Criar ou adaptar sistemas para ofertar acesso unificado a informações aos exportadores e importadores do setor do agronegócio.</p> <p>43. Elaborar cursos e treinamentos em ambiente digital, inclusive sobre a elaboração de projetos destinados à apresentação a investidores estrangeiros.</p> <p>44. Realizar encontros de trabalho nas principais praças produtoras potenciais, divulgando informações e orientações.</p> <p>45. Divulgar instrumentos de apoio a exportação e oportunidades para exportar e disseminar conhecimentos sobre barreiras tarifárias e não tarifárias, signos distintivos, agregação de valor e sobre rotulagem e marketing focado nas demandas dos mercados.</p> <p>46. Incentivar a capacitação de entidades e empresas para se prepararem para a promoção internacional.</p> <p>47. Realizar seminários práticos sobre os temas, de acordo com o planejamento e capacidade específicas de cada área.</p>
	<p>c) Realização de estudos para estabelecimento de critérios que orientem a priorização de negociações.</p>	<p>48. Realizar estudo de cadeias produtivas que possam contribuir com a ESIAGRO</p> <p>49. Estabelecer critérios para priorização de acordos de interesse para o setor do agronegócio.</p>
<p style="text-align: center;">IV</p> <p style="text-align: center;">Promoção Internacional</p>	<p>a) Atuação coordenada para identificação, seleção e participação em eventos promocionais dos produtos do agronegócio brasileiro no Brasil e no exterior.</p>	<p>50. Desenvolver canais de comunicação entre os órgãos responsáveis pela ESIAGRO para viabilizar a ação coordenada do Governo na participação brasileira em eventos de amplitude internacional.</p>
	<p>b) Fortalecimento da imagem do agronegócio brasileiro no exterior.</p>	<p>51. Efetuar ações para destacar as realizações e vantagens do Brasil em termos de gestão do agronegócio, relativas a temas como respeito ao meio ambiente, preservação de florestas, utilização de terras, uso racional de defensivos agrícolas, incentivo à agricultura de baixo carbono, a produção de orgânicos e ao bem-estar animal, uso eficiente da terra e da água, a preocupação com a biodiversidade e a produção sustentável.</p> <p>52. Divulgar que o Brasil, face à utilização de boas práticas agropecuárias, legislação efetiva e capacitação de produtores é um dos países que menos utiliza, em termos relativos à sua produção, defensivos agrícolas em relação ao resto do mundo.</p> <p>53. Consolidar a imagem do agronegócio brasileiro como ator na busca da segurança alimentar global.</p>

		<p>54. Divulgar a imagem do Brasil como produtor agrícola sintonizado com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentáveis – ODS, da Organização das Nações Unidas – ONU e as metas de Aichi.</p> <p>55. Incentivar a divulgação de produtos objeto da pauta da Política de Garantia de Preço Mínimo para Produtos da Sociobiodiversidade – PGPM-Bio, ligada ao extrativismo e proteção de biomas brasileiros e de produtos considerados como superalimentos.</p>
	c) Elaboração de estratégias de defesa da imagem institucional.	<p>56. Incluir na comunicação informações sobre a qualidade dos produtos exportados.</p> <p>57. Incentivar a obtenção de selo oficial de integridade, bem como selos e certificações nacionais ou internacionais para diferenciação de produtos.</p> <p>58. Divulgar o Cadastro Ambiental Rural – CAR, observada a legislação pertinente.</p> <p>59. Divulgar as políticas e ações em defesa do meio ambiente, da saúde pública, saúde animal, sanidade vegetal e dos direitos do consumidor.</p>
	d) Promoção de marcas e selos de identidade, qualidade e integridade.	<p>60. Criar e disseminar o uso de marcas oficiais que tenham suas características disciplinadas e publicadas.</p> <p>61. Criar hot site e acesso via mobile para marcas oficiais brasileiros.</p> <p>62. Manter articulação com o setor privado no sentido de incentivar a utilização de selos oficiais de integridade.</p> <p>63. Divulgar marcas e informações em ambientes internacionais e também por meio de inserções em mídias sociais em cada país foco de destino de exportações brasileiras.</p> <p>64. Incentivar a adoção de estratégia de valorização da qualidade de produtos diferenciados por meio de “indicações geográficas” e respectivos selos, seja indicação de procedência ou denominação de origem.</p> <p>65. Avaliar formas de incentivar o setor privado a criar selos de qualidade que indiquem, origem, bioma, bem-estar animal, orgânicos e outros temas relevantes.</p> <p>66. Avaliar a possibilidade de parcerias com as empresas certificadoras e redução em custos de processos de certificação.</p> <p>67. Incentivar a certificação por meio da Produção Integrada Agropecuária (PI Brasil) e outras formas de certificação voluntária.</p> <p>68. Atuar em feiras nacionais ou internacionais, eventos e missões observando as questões tratadas neste documento.</p>
V Gestão de riscos e ameaças	a) Identificação, monitoramento e gestão de riscos e ameaças internas e externas ao comércio exterior do agronegócio.	<p>69. Monitorar políticas, regulamentos, ações e medidas de outros países e blocos com impacto sobre a produção e exportação do agronegócio.</p> <p>70. Avaliar a execução e o cumprimento de acordos bilaterais, regionais e internacionais com impactos para o agronegócio brasileiro.</p> <p>71. Gerir as notificações apresentadas no âmbito dos acordos firmados na OMC, dimensionando os impactos sobre o agronegócio brasileiro.</p>

		<p>72. Monitorar contenciosos que versem sobre barreiras tarifárias, sanitárias e fitossanitárias.</p> <p>73. Monitorar a conjuntura internacional com possíveis consequências para o comércio internacional agrícola.</p> <p>74. Criar ou adaptar sistemas para Identificação, monitoramento e gerenciamento de riscos e ameaças internas e externas ao comércio exterior do agronegócio, incluindo barreiras, negociações e requisitos sanitários e fitossanitários e o desempenho das exportações brasileiras nos principais países destino, e outros temas relacionados aos produtos.</p>
	b) Aprimoramento dos mecanismos de integração e coordenação para gestão de crises.	75. Prever no PLANAGRO a instituição de "salas de crise, estabelecendo planos de contingência e retomada.
	c) Desenvolvimento de ações e procedimentos para aumentar a capacidade e a velocidade de reação perante demandas específicas de autoridades e mercados externos em relação a produtos do agronegócio objeto de questionamento.	76. Prever no PLANAGRO o estabelecimento de plano de atuação para atendimento das demandas de autoridades e mercados externos.