

Resumen ejecutivo

# Acuerdos comerciales: percepciones de las partes interesadas y estrategia comunicativa



## Introducción

El fenómeno de la globalización en el contexto internacional contemporáneo exige cambios y adaptaciones en todas las dimensiones de la sociedad. Esto conlleva un inevitable cambio en la política más allá de las fronteras, promoviendo procesos de integración para un desarrollo económico, social y armonioso de las regiones.

A lo largo de los años, existió un notable incremento en el comercio internacional y la interdependencia económica entre naciones. En Latinoamérica, el intercambio de bienes, servicios y flujos de capital creció significativamente en las últimas dos décadas, especialmente en la primera del siglo XXI, en comparación con la década anterior.

El desarrollo y crecimiento de la región coinciden con la formalización de relaciones comerciales a nivel multilateral. La Organización Mundial del Comercio (OMC), con 159 países miembros, ha institucionalizado estas relaciones, mientras que los acuerdos comerciales regionales (ACR) se volvieron cada vez más relevantes para el sistema mundial de comercio, siendo una fuente importante de innovación en el orden jurídico de muchos países.

La colaboración entre los países de la región para abrir nuevos mercados mediante acuerdos comerciales vigentes o procesos de negociación comercial a nivel regional busca fortalecer la competitividad industrial y atraer inversiones. Desde principios de los noventa, el número de estos acuerdos aumentó, alcanzando los 825 en 2020, y se espera que superen los 1000 en 2024.

El inicio de esta nueva era regional con modelos de desarrollo a largo plazo ha creado más oportunidades y condiciones favorables para la apertura de nuevos mercados, facilitando la participación de productos nuevos, sin reciprocidad y con eliminación gradual de gravámenes aduaneros u otras restricciones.

En Ecuador, la estrategia "Ecuador Compite" (2022 - 2023), tuvo como principal objetivo mejorar la competitividad a través de la reducción de costos, la simplificación de trámites, la apertura de nuevos mercados y la promoción de la inversión y la innovación. El Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (MPCEIP) lidera esta estrategia con el objetivo de negociar 10 acuerdos comerciales para 2025, promoviendo la inserción estratégica del país en el mundo.

La estrategia de apertura comercial tiene como objetivo que el 80% de las exportaciones nacionales no petroleras cuenten con preferencias arancelarias y amplíen su oferta para lograr "más Ecuador en el mundo". Además, busca aprovechar mejor los acuerdos vigentes, como se ha demostrado con países socios como Chile, México, Colombia y Perú.

En este marco, el MPCEIP, a través del Programa de Cooperación a favor de Ecuador del Sistema de Apoyo a los Países de Menor Desarrollo Económico Relativo (PMDER), presentó el proyecto "Acuerdos comerciales: percepciones de las partes interesadas y estrategia comunicativa", subrayando la necesidad de conocer la percepción de la sociedad sobre estos acuerdos para desarrollar estrategias de comunicación efectivas y mejorar las negociaciones. La consulta y el análisis conjunto con actores públicos y privados permiten identificar los beneficios de los acuerdos comerciales y fortalecer la política pública.

El mismo se orientó a fortalecer la institucionalidad y optimizar los acuerdos comerciales a través de la comprensión de la opinión de diversos sectores de la sociedad.

## Actores y actividades

La consultoría se estructuró en distintas fases utilizando metodologías diversas, lo que permitió desentrañar las valoraciones sobre los acuerdos comerciales de diferentes sectores de la sociedad, tales como ciudadanos, empresarios, académicos y políticos. La misma se sustentó en la premisa de que, para lograr los mayores niveles de apertura comercial y aprovechar al máximo los acuerdos vigentes, era fundamental comprender la opinión de la ciudadanía, los grupos de interés y los líderes de opinión relevantes.

El análisis detallado de las percepciones generales sobre los acuerdos comerciales en Ecuador arrojó luz sobre la diversidad de perspectivas que coexisten en el tejido social y político del país. La investigación, basada en metodologías variadas, permitió desentrañar las valoraciones que diferentes sectores de la sociedad tienen sobre estos instrumentos de política exterior.

Para el análisis de percepciones, se organizaron *focus groups* con representantes de diversos sectores de la sociedad, varones y mujeres de diversas edades de Sierra y Costa, explorando en profundidad las percepciones sobre los acuerdos comerciales, incluyendo beneficios, preocupaciones, expectativas y posibles áreas de mejora. Paralelamente, se diseñaron encuestas para una muestra representativa de la población de 8604 personas mayores de 18 años de las 24 provincias del país, obteniendo datos cuantitativos sobre las percepciones relacionadas con los acuerdos comerciales.

El análisis de los datos de *focus groups* y encuestas permitió identificar patrones, tendencias y puntos de convergencia, así como diferencias entre segmentos de la población y áreas geográficas. Para el análisis de actores y perspectivas, se realizó un mapeo de los actores relevantes e influyentes en el contexto de los acuerdos comerciales, incluyendo gobiernos, empresas, ONG y la sociedad civil. Se utilizaron técnicas de análisis de redes para visualizar las relaciones y el grado de influencia de los diferentes actores.

Se llevaron a cabo entrevistas en profundidad con representantes de los actores identificados para comprender sus motivaciones, intereses y preocupaciones respecto a los acuerdos comerciales. Un análisis de contenido permitió establecer los temas recurrentes y áreas de conflicto en las perspectivas de los diferentes actores.

En las mismas participaron personas referentes de movimientos políticos, representantes del gobierno, organizaciones sociales, grandes gremios y sectores específicos como el agrícola, ganadero, acuicultor y pesquero. Representantes de la industria bananera, plástica, automotriz, textil y de calzado, cámaras provinciales, medios de comunicación y académicos también contribuyeron, proporcionando información crucial para el desarrollo de la consultoría.

Para el desarrollo de la estrategia de relacionamiento se incluyeron tácticas de comunicación personalizada, como reuniones cara a cara y grupos de trabajo colaborativos, para fomentar la confianza y el compromiso. Se elaboró un plan de gestión de cambios detallado que identifica posibles resistencias y propone acciones específicas

para abordarlas, incluyendo actividades de capacitación, sesiones informativas y programas de sensibilización.

Finalmente, se desarrolló una estrategia de comunicación integral para abarcar todas las etapas del proceso de los acuerdos comerciales, desde la negociación hasta la implementación y seguimiento. La estrategia incorporó tácticas de comunicación diversificadas, como medios tradicionales, redes sociales y eventos públicos, para llegar a diferentes audiencias de manera efectiva. Se crearon mensajes claros y efectivos que destacan los beneficios, riesgos y procesos relacionados con los acuerdos comerciales, adaptados a las necesidades y preocupaciones específicas de cada audiencia, utilizando un lenguaje accesible y ejemplos concretos.

## Logros

Después de la consultoría, se generaron documentos e insumos que consideran el posicionamiento de las partes interesadas en los acuerdos comerciales, a saber:

- **Análisis de Percepciones:** ofrece una visión profunda de los beneficios percibidos, preocupaciones y expectativas de diversos sectores de la sociedad.
- **Análisis de Actores y Perspectivas:** identifican relaciones clave e influencias entre gobiernos, empresas, organizaciones no gubernamentales y la sociedad civil.
- **Estrategia de Relacionamiento y Gestión de Cambios:** directrices para abordar resistencias y facilitar la transición hacia nuevas políticas comerciales.
- **Estrategia de Comunicación:** mensajes claros y adaptados a cada público-meta enfocados en destacar los beneficios, mitigar riesgos y explicar los procesos involucrados.

Estos documentos e insumos no solo informan para la toma de decisiones políticas, sino que también proporcionan herramientas prácticas para gestionar efectivamente los acuerdos comerciales y mejorar la comunicación con diferentes partes interesadas.

En primer lugar, se identificó una correlación significativa entre la postura de los actores hacia los acuerdos comerciales y su posición respecto al Ejecutivo, lo que mostró la influencia de factores ideológicos en el ámbito político. Por ejemplo, el Movimiento Político Revolución Ciudadana y el sector indígena, ambos de orientación izquierdista, mostraron una postura crítica hacia los acuerdos y el gobierno. En contraste, el Partido Social Cristiano, de tendencia conservadora, adoptó una actitud favorable hacia el Ejecutivo. Una excepción interesante fue el Movimiento Político CREO, que, a pesar de la polarización política, buscó destacar los éxitos de su gestión anterior en comparación con la actual.

La mayoría de los gremios empresariales expresaron su apoyo tanto a los Acuerdos Comerciales como al Gobierno. Sin embargo, sectores específicos como el de plásticos y automotriz solicitaron protecciones adicionales debido a la competencia extranjera, especialmente de China. Este posicionamiento no obedeció a una oposición ideológica al gobierno, sino a una solicitud de protección específica para sus sectores.

Las entrevistas en profundidad revelaron que sectores inicialmente críticos, como el maderero y el textil, cambiaron su postura tras lograr exclusiones que beneficiaron a sus

industrias. Esto mostró la efectividad de negociaciones específicas y la importancia de considerar las particularidades de cada sector.

En términos generales, hubo un reconocimiento amplio del potencial de los acuerdos comerciales para impulsar el crecimiento económico y diversificar la economía del país. La visión del gobierno y de ciertos sectores académicos fue pragmática, considerando los acuerdos comerciales como herramientas esenciales para el desarrollo económico y social.

La percepción ciudadana se mostró en general optimista hacia los acuerdos comerciales, aunque influenciada por la falta de información y consideraciones ideológicas. Los empresarios y gremios coincidieron en la necesidad de participar más activamente en las negociaciones para proteger a las pymes y sectores vulnerables.

El ámbito académico y los medios de comunicación subrayaron la necesidad de un equilibrio entre competitividad económica, equidad social y sostenibilidad ambiental. Además, los medios criticaron la cobertura superficial de los acuerdos comerciales y abogaron por un análisis más profundo y detallado.

## Reflexiones finales

Diversos actores participaron a través de encuestas y *focus groups*, que aportaron una amplia gama de perspectivas y experiencias, enriqueciendo el análisis sobre las percepciones de los acuerdos comerciales en Ecuador. El análisis detallado de las percepciones sobre los acuerdos comerciales en este país reveló una diversidad de perspectivas coexistentes en el tejido social y político del país. Sus posturas reflejaron un posible comportamiento electoralmente calculado, con algunas tendencias proteccionistas entre ciertos grupos.

A pesar de estas diferencias, hubo consenso sobre el potencial de los acuerdos comerciales como catalizadores del crecimiento económico, aunque las opiniones variaron en cuanto al grado de apertura comercial y proteccionismo necesario.

Por ejemplo, sectores como el agrícola, textil y automotriz expresaron la necesidad de protecciones para las industrias locales y mecanismos contra la competencia desleal. Subrayaron la importancia de políticas gubernamentales claras que promuevan el desarrollo y la reconfiguración de estos sectores afectados por los acuerdos.

Hubo una demanda generalizada de mayor transparencia en las negociaciones y la inclusión de todos los sectores en el proceso de toma de decisiones. Esta demanda fue un tema recurrente en todas las áreas, aunque con énfasis variables.

La polarización ideológica, especialmente en el ámbito político, se tradujo en posturas que oscilan entre el proteccionismo y la liberalización. Por otro lado, el sector empresarial adoptó un enfoque pragmático orientado a mejorar la competitividad y acceder a nuevos mercados.



Asociación Latinoamericana de Integración  
sgaladi@aladi.org | aladi.org

