

**Resumo executivo**

# Acordos comerciais: percepções das partes interessadas e estratégia comunicativa



## Introdução

O fenômeno da globalização no contexto internacional contemporâneo exige mudanças e adaptações em todas as dimensões da sociedade. Isto implica uma inevitável mudança na política para além das fronteiras, promovendo processos de integração para um desenvolvimento econômico, social e harmonioso das regiões.

Ao longo dos anos, houve um importante incremento no comércio internacional e a interdependência econômica entre nações. Na América Latina, o intercâmbio de bens, serviços e fluxos de capital cresceu significativamente nas últimas duas décadas, especialmente na primeira década do século XXI, em comparação com a década anterior.

O desenvolvimento e o crescimento da região coincidem com a formalização de relações comerciais multilaterais. A Organização Mundial do Comércio (OMC), com 159 países-membros, institucionalizou estas relações, enquanto que os acordos comerciais regionais (ACR) tornaram-se cada vez mais relevantes para o sistema mundial de comércio, sendo uma fonte importante de inovação na ordem jurídica de muitos países.

A colaboração entre os países da região para abrir novos mercados mediante acordos comerciais vigentes ou processos de negociação comercial regional busca fortalecer a competitividade industrial e atrair investimentos. Desde princípios dos anos noventa, o número destes acordos aumentou atingindo 825 em 2020 e espera-se que superem os 1000 em 2024.

O início desta nova era regional com modelos de desenvolvimento a longo prazo criou mais oportunidades e condições favoráveis para a abertura de novos mercados, facilitando a participação de produtos novos sem reciprocidade e com eliminação gradual de gravames aduaneiros ou outras restrições.

No Equador, a estratégia "Equador Compete" (2022 - 2023) teve como principal objetivo melhorar a competitividade mediante a redução de custos, a simplificação de trâmites, a abertura de novos mercados e a promoção do investimento e a inovação. O *Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (MPCEIP)* lidera esta estratégia com o objetivo de negociar 10 acordos comerciais para 2025, promovendo a inserção estratégica do país no mundo.

A estratégia de abertura comercial objetiva que 80% das exportações nacionais não petrolíferas contem com preferências tarifárias e ampliem sua oferta para "mais Equador no mundo". Ademais, busca aproveitar melhor os acordos vigentes, como foi demonstrado com países parceiros como Chile, México, Colômbia e Peru.

Neste âmbito, o MPCEIP, mediante o Programa de Cooperação em favor do Equador do Sistema de Apoio aos Países de Menor Desenvolvimento Econômico Relativo (PMDERs), apresentou o projeto "Acordos comerciais: percepções das partes interessadas e estratégia comunicativa", salientando a necessidade de conhecer a percepção da sociedade sobre estes acordos para desenvolver estratégias de comunicação efetivas e melhorar as negociações. A consulta e a análise conjunta com atores públicos e privados permitem identificar os benefícios dos acordos comerciais e fortalecer a política pública. O referido

projeto buscou fortalecer a institucionalidade e otimizar os acordos comerciais por meio da compreensão da opinião de diversos setores da sociedade.

## Atores e atividades

A consultoria foi estruturada em diferentes fases utilizando metodologias diversas, o qual permitiu desvendar as valorações sobre os acordos comerciais de diferentes setores da sociedade, como cidadãos, empresários, acadêmicos e políticos. Sustentou-se na premissa de que, para alcançar os maiores níveis de abertura comercial e aproveitar ao máximo os acordos vigentes, era fundamental compreender a opinião da cidadania, os grupos de interesse e os líderes de opinião relevantes.

A análise detalhada das percepções gerais sobre os acordos comerciais no Equador lançou luz sobre a diversidade de perspectivas que coexistem no tecido social e político do país. A pesquisa, baseada em metodologias variadas, permitiu desvendar as valorações que diferentes setores da sociedade têm sobre estes instrumentos de política exterior.

Para a análise de percepções, foram organizados *focus groups* com representantes de diversos setores da sociedade, homens e mulheres de diversas idades de Serra e Costa, explorando em profundidade as percepções sobre os acordos comerciais, incluindo benefícios, preocupações, expectativas e possíveis áreas de melhora. Paralelamente, foram desenhadas enquetes para uma amostra representativa da população de 8604 pessoas maiores de 18 anos das 24 províncias do país, obtendo dados quantitativos sobre as percepções relacionadas aos acordos comerciais.

A análise dos dados de *focus groups* e enquetes permitiu identificar padrões, tendências e pontos de convergência, bem como diferenças entre segmentos da população e áreas geográficas. Para a análise de atores e perspectivas, foi realizado um mapeamento dos atores relevantes e influentes no contexto dos acordos comerciais, incluindo governos, empresas, ONGs e a sociedade civil. Foram utilizadas técnicas de análise de redes para visualizar as relações e o grau de influência dos diferentes atores.

Foram realizadas entrevistas em profundidade com representantes dos atores identificados para compreender suas motivações, interesses e preocupações com respeito aos acordos comerciais. Uma análise de conteúdo permitiu estabelecer os temas recorrentes e áreas de conflito nas perspectivas dos diferentes atores.

Participaram pessoas referentes de movimentos políticos, representantes do governo, organizações sociais, grandes grêmios e setores específicos como o agrícola, pecuário, aquicultor e pesqueiro. Representantes da indústria bananeira, plástica, automotiva, têxtil e de calçado, câmaras provinciais, meios de comunicação e acadêmicos também contribuíram, fornecendo informação crucial para o desenvolvimento da consultoria.

Para o desenvolvimento da estratégia de relacionamento foram incluídas táticas de comunicação personalizada, como reuniões cara a cara e grupos de trabalho colaborativos, para fomentar a confiança e o compromisso. Foi elaborado um plano de gestão de mudanças detalhado que identifica possíveis resistências e propõe ações específicas para

abordá-las, incluindo atividades de capacitação, sessões informativas e programas de sensibilização.

Finalmente, foi desenvolvida uma estratégia de comunicação integral para abranger todas as etapas do processo dos acordos comerciais, desde a negociação até a implementação e o acompanhamento. A estratégia incorporou táticas de comunicação diversificadas, como meios tradicionais, redes sociais e eventos públicos, para chegar a diferentes audiências de maneira efetiva. Foram criadas mensagens claras e efetivas que destacam os benefícios, riscos e processos relacionados aos acordos comerciais, adaptadas às necessidades e preocupações específicas de cada audiência, utilizando uma linguagem acessível e exemplos concretos.

## Consequências

Após a consultoria, foram elaborados documentos e insumos que consideram o posicionamento das partes interessadas nos acordos comerciais, a saber:

- **Análise de Percepções:** oferece uma visão profunda dos benefícios percebidos, preocupações e expectativas de diversos setores da sociedade.
- **Análise de Atores e Perspectivas:** identificam relações-chave e influências entre governos, empresas, organizações não governamentais e a sociedade civil.
- **Estratégia de Relacionamento e Gestão de Mudanças:** diretrizes para abordar resistências e facilitar a transição a novas políticas comerciais.
- **Estratégia de Comunicação:** mensagens claras e adaptadas a cada público-alvo focadas em destacar os benefícios, mitigar riscos e explicar os processos envolvidos.

Estes documentos e insumos não apenas informam para a tomada de decisões políticas, mas também fornecem ferramentas práticas para gerenciar efetivamente os acordos comerciais e melhorar a comunicação com diferentes partes interessadas.

Em primeiro lugar, foi identificada uma correlação significativa entre a postura dos atores em relação aos acordos comerciais e sua posição com respeito ao Executivo, o qual mostrou a influência de fatores ideológicos no âmbito político. Por exemplo, o Movimento Político Revolução Cidadã e o setor indígena, ambos de orientação esquerdista, mostraram uma postura crítica quanto aos acordos e ao governo. Em contraste, o Partido Social Cristão, de tendência conservadora, adotou uma atitude favorável ao Executivo. Uma exceção interessante foi o Movimento Político CREO, que, apesar da polarização política, buscou destacar os êxitos de sua gestão anterior em comparação à atual.

A maioria dos grêmios empresariais manifestaram seu apoio tanto aos Acordos Comerciais quanto ao Governo. No entanto, setores específicos como o de plásticos e automotivo solicitaram proteções adicionais devido à concorrência estrangeira, especialmente da China. Este posicionamento não é decorrente de uma oposição ideológica ao governo, mas a uma solicitação de proteção específica para seus setores.

As entrevistas em profundidade revelaram que setores inicialmente críticos, como o madeireiro e o têxtil, mudaram sua postura após conseguir exclusões que beneficiaram

suas indústrias. Isto mostrou a efetividade de negociações específicas e a importância de considerar as particularidades de cada setor.

Em termos gerais, houve um reconhecimento amplo do potencial dos acordos comerciais para impulsionar o crescimento econômico e diversificar a economia do país. A visão do governo e de determinados setores acadêmicos foi pragmática, considerando os acordos comerciais como ferramentas essenciais para o desenvolvimento econômico e social.

A percepção cidadã mostrou-se em geral otimista com respeito aos acordos comerciais, embora influenciada pela falta de informação e considerações ideológicas. Os empresários e os grêmios coincidiram na necessidade de participar mais ativamente das negociações para proteger as PMEs e os setores vulneráveis.

O âmbito acadêmico e os meios de comunicação destacaram a necessidade de um equilíbrio entre competitividade econômica, equidade social e sustentabilidade ambiental. Ademais, os meios criticaram a abrangência superficial dos acordos comerciais e advogaram por uma análise mais profunda e detalhada.

## Reflexões finais

Diversos atores participaram mediante enquetes e focus groups, que apresentaram uma ampla gama de perspectivas e experiências, enriquecendo a análise sobre as percepções dos acordos comerciais no Equador. A análise detalhada das percepções sobre os acordos comerciais neste país revelou uma diversidade de perspectivas coexistentes no tecido social e político do país. Suas posturas refletiram um possível comportamento eleitoralmente apurado, com algumas tendências protecionistas entre determinados grupos.

Apesar destas diferenças, houve consenso sobre o potencial dos acordos comerciais como catalisadores do crescimento econômico, embora as opiniões tenham variado quanto ao grau de abertura comercial e protecionismo necessário.

Por exemplo, setores como o agrícola, têxtil e automotivo manifestaram a necessidade de proteções para as indústrias locais e mecanismos contra a concorrência desleal. Salientaram a importância de políticas governamentais claras que promovam o desenvolvimento e a reconfiguração destes setores afetados pelos acordos.

Houve uma demanda generalizada de maior transparência nas negociações e a inclusão de todos os setores no processo de tomada de decisões. Esta demanda foi um tema recorrente em todas as áreas, embora com ênfases variáveis.

A polarização ideológica, especialmente no âmbito político, traduziu-se em posturas que oscilam entre o protecionismo e a liberalização. Por outro lado, o setor empresarial adotou um enfoque pragmático orientado a melhorar a competitividade e ter acesso a novos mercados.



Associação Latino-Americana de Integração  
sgaladi@aladi.org | aladi.org

