

LLYC IDEAS

EXPLORAR. INSPIRAR.



RELATÓRIO

ACORDO MERCOSUL- UE: UMA NOVA OPORTUNIDADE APÓS ANOS DE IMPASSE

Maio 2023

ÍNDICE

UM ACORDO QUE DEVE SER DIFERENTE DO ORIGINAL	3
OS PRINCIPAIS FATORES DE BLOQUEIO	5
OPORTUNIDADES PARA PORTUGAL E UNIÃO EUROPEIA	7
OPORTUNIDADES PARA O BRASIL E O MERCOSUL	9
CONCLUSÕES	12



UM ACORDO QUE DEVE SER DIFERENTE DO ORIGINAL

A aceleração da conclusão do acordo UE/Mercosul tem sido uma prioridade política de alguns dos países mais empenhados na sua implementação, como Portugal, Brasil e Espanha. A mudança de políticas no Brasil, com a eleição de Luiz Inácio Lula da Silva, após quatro anos de Jair Bolsonaro, que se opunha a este acordo, e a presidência espanhola do Conselho da União Europeia, que se inicia em 1 de julho, parecem constituir a oportunidade perfeita para garantir finalmente a respectiva ratificação e entrada em vigor.

O processo tem enfrentado avanços e recuos desde praticamente o início do milênio. As conversações começaram em 1999, há mais de duas décadas, sob a expectativa de que o acordo fosse concluído em breve.

Em declaração recente, em 25 de abril deste ano, o Presidente do Brasil, Luiz Inácio Lula da Silva, pouco depois de ter chegado a Madrid para uma visita oficial a Espanha, que se seguiu a uma visita de cinco dias a Portugal, declarou que “imaginava que ia ser feito no meu primeiro ano de mandato, em 2003, e esse acordo não foi feito”.

No dia anterior, o Primeiro-Ministro português, António Costa, mostrou-se comprometido com a ratificação do acordo. “Aquilo que tenho dito ao presidente Lula da Silva é que o Brasil pode sempre contar com Portugal como verdadeiro ponta de lança para trabalharmos para a conclusão tão rápida quanto possível entre a União Europeia e o Mercosul”, afirmou.

Formalmente, um acordo político entre os dois blocos em junho de 2019 foi formalizado durante uma reunião do G20 realizada em Osaka (Japão), passando aos ajustes finais desde então. Já são quase quatro longos anos em que nada aconteceu, levando-se em conta o contexto político no Brasil e uma pandemia global que não ajudaram.

Atualmente, a janela de oportunidade está novamente aberta e o cenário geopolítico parece favorável, até porque um novo adiamento poderá trazer novos

riscos. Por força das eleições para o Parlamento Europeu (que, consequentemente, determinarão as futuras lideranças de outros órgãos europeus) em junho de 2024, e ainda não sendo possível antecipar como vai ser o equilíbrio de forças na eurocâmara, há um temor quanto a ascensão de partidos populistas, a princípio pouco abertos ao livre comércio e mais interessados em reforçar o protecionismo.

“A eleição de Lula da Silva, após quatro anos de Jair Bolsonaro, e a presidência espanhola do Conselho da União Europeia, que se inicia em 1 de julho, parecem constituir a oportunidade perfeita para garantir finalmente a ratificação e a entrada em vigor do acordo UE/Mercosul”

Por outro lado, a Espanha, que estará à frente da UE de julho a dezembro, certamente vai querer ter em seu currículo a assinatura do tratado que permitirá a criação de uma das maiores zonas de livre comércio do mundo, com mais de 780 milhões de pessoas, representando 20% do Produto Interno Bruto (PIB) mundial e 30% das exportações globais.

No entanto, o tempo é escasso e ainda não se chegou a um consenso. O acordo que for assinado este ano, em virtude de negociações de última hora, pode ser diferente do de 2019 e ainda não é garantido que manterá a nomenclatura de Tratado. Um tratado deve ser ratificado pelos 27 parlamentos nacionais dos estados-membros da UE, portanto, para facilitar o processo, já se especula que possa adotar o formato de acordo de associação, semelhante ao assinado.

Assim, será um acordo de parceria econômica, o que não diminui sua importância estratégica para Portugal, Espanha e os demais países europeus e sul-americanos do Mercosul.

Ao incentivar o livre comércio entre os dois blocos, países como Brasil e Argentina se beneficiarão significativamente com a remoção de barreiras alfandegárias, principalmente na área agrícola, resultando em um aumento das exportações de carne e seus derivados. Do lado europeu, a eliminação de tarifas facilitará a entrada de empresas de diversos setores neste mercado (em particular automobilístico, farmacêutico, químico e têxtil).

Ao longo dos últimos anos, após o acordo de 2019, vários países europeus manifestaram reservas a este entendimento, em particular devido às posições ambientalistas do ex-presidente brasileiro e ao impacto dessas políticas na Amazônia. A mudança radical de visão introduzida pelo presidente Lula deve ter amenizado alguns desses receios na Europa, mas não todos.

Vários analistas têm mencionado que é justamente nos campos da sustentabilidade e do meio ambiente que podem residir alguns dos principais obstáculos para que o acordo seja finalmente ratificado, como abordaremos com mais profundidade no próximo capítulo. Alguns países ainda são muito vocais na oposição ao acordo, principalmente aqueles em que o setor agrícola é mais importante, por temerem uma concorrência considerada desleal, uma vez que as regras dos dois lados do Atlântico não são iguais, prejudicando os europeus.

No entanto, é inegável que, diante da reconfiguração política ocorrida no Brasil, da presidência espanhola da UE, do apoio claro de vários líderes de Estado, incluindo o chanceler alemão Olaf Scholz e a Presidente da Comissão Europeia, Ursula von der Leyen, e das eleições europeias marcadas para o primeiro semestre de 2024, há muito tempo não se reuniam condições tão favoráveis para a conclusão do acordo.



Para os países de ambos os blocos, somam-se ainda as lições da invasão da Ucrânia: é cada vez mais relevante diversificar fontes de abastecimento e parceiros, para não ser prejudicado por disrupções como as provocadas pelo conflito que se seguiu à invasão da Rússia, e que na Europa provocou uma escalada de aumento de preços como há muito não se via, não só nos alimentos, mas também na energia e, conseqüentemente, no custo de vida de todos os cidadãos.

Pedro Sánchez, presidente do governo espanhol, comentou em 26 de abril: "A Europa precisa de aliados e a América Latina e o Caribe são uma das regiões para onde devemos olhar nestes momentos". Apesar desta declaração, tanto Sánchez quanto Lula reconhecem que existem entraves ao acordo, em particular a oposição de vários países - de forma mais visível, França, Irlanda, Países Baixos e Áustria.

OS PRINCIPAIS FATORES DE BLOQUEIO

O histórico acordo comercial tem sido alvo de oposição por vários países e organizações, sendo que os principais motivos de divergência entre os dois blocos envolvem, principalmente, questões ambientais, agroalimentares e humanitárias.

O período em que o Brasil foi governado por Jair Bolsonaro, entre 2019 e 2023, foi um dos principais argumentos para a resistência e ceticismo dos Estados-Membros da União Europeia, que não enxergavam os valores europeus na política e liderança de Jair Bolsonaro, que teve um governo marcado por várias controvérsias e por posturas radicais.

Durante os quatro anos de governo de Jair Bolsonaro, o Brasil retrocedeu em compromissos ambientais e humanos anteriormente estabelecidos, por meio de uma forte política de desmatamento da Amazônia - a taxa de destruição da Amazônia aumentou cerca de 60% - e aumento da poluição atmosférica - o país emitiu 2,42 bilhões de toneladas brutas de dióxido de carbono equivalente. Bolsonaro rompeu completamente com a agenda ambiental à qual o país havia se comprometido.

Dentre os opositores europeus à celebração do acordo Mercosul, destacam-se Áustria, França, Irlanda e Países Baixos. O Parlamento Europeu também se manifestou sobre as particularidades ambientais e de direitos humanos que poderiam ficar comprometidas com uma eventual ratificação do acordo Mercosul durante este período - em outubro de 2020, o Parlamento Europeu aprovou uma resolução que alertava que o acordo comercial entre a União Europeia e os países do Mercosul não poderia ser ratificado, devido ao impacto ambiental, falta de compromissos de direitos humanos e trabalhistas e à incompatibilidade com o Acordo de Paris, do qual o Brasil de Jair Bolsonaro se afastou gradualmente.

O período de maior incidência de incêndios na Amazônia foi, muito provavelmente, o principal catalisador da oposição política dos estados-membros ao acordo comercial. Emmanuel Macron levou, inclusive, o tema a uma reunião do G7, em 2019, classificando o acontecimento como uma "crise internacional".

No entanto, na França, por exemplo, onde o setor agrícola tem uma forte defesa social e econômica no país, foram os agricultores os primeiros a demonstrar seu descontentamento e oposição ao acordo, alegando que a decisão poderia trazer grandes dificuldades em termos de competitividade em relação ao setor agroalimentar sul-americano.

A preocupação em relação à sustentabilidade dos agricultores tem sido, portanto, grande objeto de divergência no acordo Mercosul, sendo que é preocupação para a classe agrícola de todos os estados-membros da União Europeia e, presumivelmente, o fator que mais tem "empatado" a ratificação do acordo desde que as conversas se iniciaram em 1999 - o acordo elimina as tarifas de importação em 92% dos produtos do Mercosul exportados para a UE.

Os agricultores europeus, especialmente os produtores de carne, acreditam que o acordo tornará a competição desleal, argumentando que as regras e produtos utilizados na produção agrícola sul-americana são diferentes das regras e produtos utilizados na produção europeia - certos pesticidas, gases e outras substâncias são proibidos na União Europeia, o que permite que as carnes sul-americanas sejam vendidas a preços mais baixos.

Durante a discussão sobre o acordo Mercosul, a sustentabilidade dos agricultores tem sido um tema muito relevante, com muitos dos temores europeus concentrados no possível impacto negativo na empregabilidade agrícola europeia e na sustentabilidade econômica do setor.

Também no que diz respeito aos interesses sul-americanos, e ainda que a questão ambiental seja o principal fator de bloqueio, um dos setores que seria mais beneficiado no Brasil, o agronegócio, tem tecido diversas críticas internamente ao acordo. Para eles, o modelo estabelecido por Bolsonaro não é adequado para impulsionar as exportações agrícolas.

Isso se dá, essencialmente, pelo fato de que a maioria das cotas destinadas às exportações agrícolas do Brasil para a União Europeia já foram preenchidas, o que resultaria em um impacto limitado para o setor, não havendo um aumento significativo do volume de exportações. Há ainda uma preocupação ligada ao fato

de que, na realidade, são as barreiras não-tarifárias que seriam as maiores limitadoras, do ponto de vista brasileiro e do comércio bilateral.

Por sua vez, o setor industrial brasileiro está apreensivo com a possibilidade de o acordo comercial com a União Europeia ser acelerado sem que questões relevantes sejam discutidas internamente. O receio é de que o Brasil, e por conseguinte os demais países do Mercosul, se tornem meros exportadores de *commodities* e matérias-primas, enquanto a UE aumenta suas exportações de produtos industrializados, prejudicando a indústria brasileira. Para ela, é crucial que o acordo seja visto como um meio de promover a reindustrialização do país em setores como o automotivo, mineração, de energias renováveis, óleo e gás, químico e farmacêutico, e outros, através da transferência de tecnologia, da integração inter-blocos, do estímulo ao desenvolvimento das pequenas e médias empresas, da facilitação do comércio, entre outras medidas.

“O histórico acordo comercial tem sofrido oposição de vários países e organizações por motivos ambientais, agroalimentares e humanitários”



Outro fator que tem contribuído para a dificuldade de concretização do acordo refere-se a inclusão dos chamados Protocolos Adicionais. O último deles foi apresentado por representantes da União Europeia durante uma visita a Buenos Aires em março deste ano. Enquanto os países europeus interpretam essa adição como um reforço ao capítulo que versa sobre Comércio e Desenvolvimento Sustentável, garantindo uma maior proteção ambiental no âmbito do Mercosul, a percepção dos países sul-americanos é que isso poderia ser considerado uma interferência regulatória. A sustentabilidade seria um mero pretexto para a imposição de barreiras comerciais disfarçadas. O tema ganhou força após a ratificação no Parlamento Europeu do novo regulamento que proíbe a entrada de commodities ligadas ao desmatamento (ainda que tenha havido permissão legal).

Diversos grupos da sociedade civil no Brasil têm se posicionado contrários ao acordo comercial com a União Europeia por ter sido concebido durante o governo de Bolsonaro sem um debate amplo e transparente com a população. Segundo eles, as discussões sobre o tema ficaram restritas a um pequeno círculo de representantes do agronegócio e da indústria, deixando de fora a maioria da população. Mesmo com o atual governo de Lula defendendo maior participação da sociedade em todas as áreas políticas, sociais e econômicas, a rapidez com que as negociações avançam dificulta a participação popular. Algumas vozes sugerem que utilizar os termos fechados durante o governo anterior seria imprudente.

ONGs ambientalistas e sociais argumentam que ao priorizar temas como agronegócio e mineração, o governo anterior deu características neocoloniais ao acordo. É essencial que, na tomada de decisão sobre o acordo, sejam colocados temas como clima, proteção socioambiental, sustentabilidade e direitos humanos e trabalhistas como elementos centrais. Segundo os especialistas, entre os principais elementos deste acordo devem estar o diálogo com a sociedade, em particular com as comunidades indígenas.

OPORTUNIDADES PARA PORTUGAL E UNIÃO EUROPEIA

Portugal e a região do Mercosul já têm, atualmente, uma relação comercial estreita, sobretudo devido à longa e significativa relação histórica entre Portugal e Brasil - pela língua comum, pelo patrimônio e pela vasta comunidade portuguesa no Brasil e comunidade brasileira em Portugal. De acordo com dados do Instituto Nacional de Estatística Português, o Brasil é o 13º maior cliente de Portugal em termos de exportação de bens em 2021, com uma participação de 1,1% no total, ocupando a 8ª posição no nível das importações (3,1%).

Portanto, a América Latina representa uma porta para novas e boas oportunidades para as empresas portuguesas, no que diz respeito a exportações, importações e investimentos. Vale ressaltar que a entrada em vigor deste acordo permitirá que mais de 30 países possam negociar livremente entre si - sem tarifas, ou com tarifas muito baixas - em um mercado livre que aumentará de 500 para 800 milhões de pessoas.

“A entrada em vigor deste acordo permitirá que mais de 30 países possam negociar livremente entre si em um mercado livre que aumentará de 500 para 800 milhões de pessoas”

O maior benefício para Portugal será, certamente, nas exportações agroalimentares para a região, onde produtos como azeite e vinho poderão chegar a esse mercado com mais facilidade e a preços mais baixos,

estimulando, assim, a competitividade das exportações nacionais. Paralelamente, os componentes de aeronaves, uma das exportações mais relevantes para o Brasil (a Embraer tem investido significativamente em Portugal), também serão beneficiados.

Para Portugal, é muito importante que o acordo com o Mercosul entre em vigor o mais rápido possível, considerando que tal acordo significará que a autonomia estratégica da Europa será fortalecida, algo extremamente importante nos tempos atuais, especialmente após o início da guerra em solo europeu, que provou quão determinante pode ser a soberania alimentar de um país para o bem-estar de sua sociedade.

O Ministério dos Negócios Estrangeiros já admitiu que Portugal será um dos países europeus que mais se beneficiará do acordo comercial, pois uma maior proximidade do Brasil à União Europeia beneficiaria Portugal, em termos econômicos, políticos e institucionais, podendo inclusive conferir maior relevância no cenário interno europeu. A seguir, alguns dos benefícios diretos para Portugal:

EXPORTAÇÕES

As exportações portuguesas para o Brasil têm diminuído nos últimos anos, portanto, o acordo pode significar um aumento das exportações portuguesas para o país, revertendo o atual estado da balança comercial entre as nações - atualmente desfavorável para Portugal.

VINHO

Portugal ocupa o 3º lugar na lista de fornecedores de vinho para o Brasil, atrás do Chile e da Argentina (ambos sem taxas aduaneiras) - com o acordo, Portugal pode facilmente subir para o segundo lugar dessa lista, considerando que está muito próximo dos 15% da Argentina.

AUTOMÓVEIS

O Brasil e a Argentina produzem cerca de 3,5 milhões de veículos por ano. Atualmente, os produtos dessa indústria são taxados em 35%, portanto, a indústria automobilística nacional, com um volume de vendas de 9,4 bilhões de euros, pode se beneficiar, já que atualmente tem pouca representatividade nesses mercados.

PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS

É verdade que o tecido empresarial português é predominantemente composto por pequenas e médias empresas (PMEs). Nesse sentido, a criação de uma plataforma que facilita o acesso à informação e dá apoio sobre os procedimentos necessários para a exportação pode ser vista como uma oportunidade de internacionalização e crescimento para as PMEs portuguesas. Essa plataforma poderia fornecer orientações sobre regulamentações, documentos necessários, oportunidades de mercado e possíveis parceiros comerciais, ajudando as PMEs a superar as barreiras e desafios associados à exportação e expandir suas atividades para mercados internacionais. Isso pode contribuir para o fortalecimento e desenvolvimento do setor empresarial português.

“O maior benefício para Portugal será nas exportações agroalimentares para a região, onde produtos como azeite e vinho poderão chegar a esse mercado com mais facilidade e a preços mais baixos”

OPORTUNIDADES PARA O BRASIL E O MERCOSUL

O acordo em questão prevê a eliminação de tarifas, trazendo benefícios consideráveis para diversos setores da economia brasileira. É esperado que os setores com maior potencial de crescimento e competitividade na União Europeia sejam os mais favorecidos. Além disso, é importante destacar que a redução das barreiras tarifárias pode ampliar a competitividade desses setores e criar novas oportunidades de investimento e negócios para as empresas. Dessa forma, a abertura do mercado promove a diversificação e a ampliação da atuação das empresas brasileiras, impulsionando a economia do país.

No que se refere ao comércio de bens, previamente ao estabelecimento das bases do acordo, somente 24% das exportações oriundas do Brasil, em termos de linhas tarifárias, seriam isentas de tarifas na União Europeia. Com a desgravação prevista espera-se que 92% das importações do Mercosul, e 95% das linhas tarifárias sejam liberadas de tarifas na UE. Além disso, a oferta europeia se elevará para 99% do volume de comércio quando consideradas as linhas com desagravamento parcial.

Enquanto alguns produtos terão a sua entrada no mercado europeu facilitada através da imposição de quotas, outros terão desgravação tarifária de seus produtos, gerando expectativa do ganho de competitividade em função da diminuição ou eliminação de tarifas.

CARNE BOVINA E DE AVES

Um dos principais desafios é atender às preocupações com o bem-estar animal do mercado europeu, investindo em tecnologias de rastreabilidade e obtendo certificações reconhecidas internacionalmente. Investir em certificações e auditorias, como o Global Animal Partnership (GAP)

e o Certified Humane, é fundamental para atestar a qualidade e responsabilidade na produção de carne, aumentando a percepção de que a carne brasileira é produzida através de métodos sustentáveis.

Ações conjuntas com importadores e distribuidores locais, e a participação em feiras e eventos internacionais do setor são estratégias que podem auxiliar na promoção da imagem positiva da carne brasileira. Essas iniciativas, em conjunto com o comprometimento com normas internacionais e a adoção de práticas sustentáveis, permitirão ao setor aproveitar as oportunidades geradas pelo acordo.

LÁCTEOS

O acordo deve impulsionar as exportações do setor de lácteos, com quotas estabelecidas para produtos como queijo, leite em pó e fórmulas infantis, além de oportunidades para produtos orgânicos e com características diferenciadas. Manter a qualidade e a segurança dos produtos, com investimento em tecnologias de processamento e conservação é fundamental para atingir esse objetivo. Para aumentar a confiança dos consumidores e acessar nichos de mercado de maior valor agregado, é importante buscar certificações de qualidade e sustentabilidade reconhecidas internacionalmente, como o International Featured Standards (IFS) e o selo orgânico da UE.

FRUTAS E LEGUMES

Os *players* do setor devem adotar estratégias que envolvam o investimento em tecnologias de conservação e embalagem e a construção de uma rede logística eficiente, de forma a garantir a qualidade e o frescor dos produtos em um mercado extremamente exigente. A demonstração de sustentabilidade na cadeia de plantio, e a obtenção de certificações internacionais, devem favorecer os produtores de frutas cítricas (especialmente laranja) e de cacau, este último em virtude das quotas para chocolates e intermediários, como manteiga, pasta e pó.

GRÃOS

Soja, milho, trigo e arroz possuem grande potencial de crescimento com o acordo. A melhoria na comunicação com a divulgação da utilização cada vez maior de tecnologias de produção sustentável como Integração Lavoura-Pecuária-Floresta (ILPF), e a obtenção de certificações como a Round Table on Responsible Soy (RTRS), devem auxiliar no combate à percepção negativa que muitas vezes associam os produtores ao desmatamento e a práticas não sustentáveis. Além disso, parcerias estratégicas com importadores alinhados a essa cultura de sustentabilidade contribuirão para a superação de barreiras culturais, garantindo a aceitação do mercado europeu.



MÁQUINAS E AUTOPARTES

A entrada em vigor do acordo tem o potencial de abrir novos mercados, englobando 22 países da União Europeia, que importam cerca de US \$63 bilhões anualmente. As oportunidades brasileiras estão concentradas em cerca de 76 produtos que se beneficiarão de um tratamento diferenciado de duty free em até 4 anos. Atualmente, o Brasil representa apenas 2,3% desse *market share* (US \$1,5 bilhões por ano). Para aproveitar esse potencial, é fundamental investir em inovação, tecnologias sustentáveis e cumprimento de regulamentações ambientais europeias.

SETOR QUÍMICO E FARMACÊUTICO

Com um mercado de importação de cerca de US \$29,4 bilhões (na média dos últimos 5 anos), distribuído em 24 países diferentes da União Europeia, o Brasil detém um *market share* médio de 3,8% (cerca de US \$1,1 bilhão). Para tirar proveito dessas oportunidades, as empresas brasileiras devem investir em pesquisa e desenvolvimento, inovação e tecnologia, além de cumprir com as rigorosas regulamentações e exigências europeias. Um desafio importante é a necessidade de cumprir as regulamentações e exigências em termos de qualidade, segurança e rastreabilidade dos produtos, como as normas GMP (Good Manufacturing Practices) e as diretrizes da EMA (European Medicines Agency). Além disso, é fundamental investir em pesquisa e desenvolvimento, bem como na proteção da propriedade intelectual.

TÊXTIL

Quando entrar em vigor, o acordo proporcionará um aumento nas exportações brasileiras, graças à desgravação tarifária que ocorrerá em até 7 anos. De acordo com a Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção (ABIT), isso pode resultar em maior visibilidade e reconhecimento das marcas brasileiras, além de promover a diversificação de mercados e o crescimento das receitas. Para aproveitar essas oportunidades, é fundamental investir em tecnologia e inovação, além de aprimorar a qualidade e a sustentabilidade dos processos produtivos.

CALÇADOS

Os principais mercados com oportunidades identificadas para o setor de calçados são a Alemanha, França e Países Baixos, e a desgravação tarifária ocorrerá em até 7 anos. Atualmente, o Brasil exporta em média US \$102 milhões por ano para esses países, o que representa aproximadamente 2,5% das exportações totais, o que demonstra um enorme potencial para crescimento. Para aproveitar essas oportunidades, é essencial investir em tecnologia, inovação e design, além de aprimorar a qualidade e a sustentabilidade dos processos produtivos. A fidelização do cliente europeu pode ser obtida através do fortalecimento da identidade da marca através de investimento em campanhas de marketing e *e-commerce*.

HIGIENE E PRODUTOS DE BELEZA

O mercado europeu é extremamente atraente para a indústria de cosméticos, produtos de higiene pessoal e perfumaria, devido à sua elevada demanda e ao crescente interesse por produtos naturais e sustentáveis, atributos comuns aos produtos brasileiros. Segundo a Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos, a indústria brasileira já se destaca por suas práticas sustentáveis, o que aumenta a garantia de conformidade com as rigorosas regulamentações e padrões de qualidade europeus, como as normas de segurança e eficácia, bem como a proibição de testes em animais.

“A abertura do mercado promove a diversificação e a ampliação da atuação das empresas brasileiras, impulsionando a economia do país”

CONCLUSÕES

A perspectiva de um acordo comercial entre Mercosul e União Europeia apresenta-se como uma oportunidade única e promissora para ambas as partes envolvidas. Nas próximas semanas, os holofotes estarão voltados para as negociações lideradas por Espanha e Brasil, que assumirão as presidências da União Europeia e do Mercosul, respectivamente. Estes dois países desempenharão um papel fundamental na mediação entre as diferentes opiniões e interesses das nações envolvidas.

Apesar da oposição de alguns Estados europeus, como França, Países Baixos, Áustria e Irlanda, que buscam proteger seus produtores internos e expressam preocupações relacionadas à proteção ambiental no Brasil, é importante ressaltar que a cooperação e o diálogo podem levar a um entendimento mútuo e ao desenvolvimento de políticas que beneficiem ambas as partes.

Assim, tendo em vista o papel central da Espanha e seus interesses comerciais, juntamente com a necessidade do Brasil de se reinserir no contexto comercial internacional e estreitar laços com seus parceiros europeus, a probabilidade de um acordo ser assinado ainda em 2023 é considerável.

Adicionalmente, é fundamental destacar que o estabelecimento de um acordo comercial entre Mercosul e União Europeia pode impulsionar o desenvolvimento sustentável e a inovação tecnológica nas áreas de energia limpa, biotecnologia e agricultura, beneficiando-se das complementaridades e sinergias entre os dois blocos. A cooperação nesses setores é crucial para enfrentar os desafios globais, como as mudanças climáticas e a crescente demanda por alimentos e recursos naturais, e promover a prosperidade compartilhada.

Além disso, o acordo poderá facilitar o intercâmbio de conhecimentos e boas práticas entre as nações envolvidas, contribuindo para a melhoria das condições de trabalho e a proteção dos direitos dos trabalhadores, bem como para a promoção de padrões mais elevados de governança corporativa e transparência. Esse intercâmbio pode levar a uma maior cooperação e confiança entre os países e ajudar a superar as

divergências e preocupações existentes, especialmente no que se refere à proteção ambiental e à concorrência no mercado interno.

A implementação deste acordo comercial abrirá portas para uma maior cooperação econômica e política entre Mercosul e União Europeia, gerando benefícios para todos os envolvidos. Empresas, investidores e consumidores devem estar atentos às mudanças no cenário internacional e adaptar-se às novas possibilidades que surgirão a partir desse marco histórico nas relações entre os dois blocos econômicos.

As próximas semanas serão fundamentais devido a questões como a presidência espanhola, a oposição de alguns estados europeus e a desconfiança no Brasil.

Mesmo assim, graças ao papel central da Espanha e aos muitos interesses que sua assinatura desperta, é provável que o acordo seja finalmente executado ainda em 2023.



AUTORES



Flávia Caldeira. Diretora Sênior na LLYC Brasil. Jornalista e pós-graduada em Administração de Empresas (Executive MBA, Coppead / UFRJ). Com mais de 25 anos de experiência em Comunicação Empresarial, assessoria de imprensa e gestão de crises, Flávia ocupou cargos de direção em meios de comunicação, grandes empresas e agências líderes no país, trabalhando em São Paulo, Brasília e Rio. Trabalhou para O Globo durante sete anos e liderou diversas estruturações de departamentos de comunicação de grandes companhias. Flávia foi Diretora Geral da MSL-Publicis Consultants também diretora de Relações Públicas da Ideal H+K e, como MD, foi responsável pelas operações da empresa no Rio de Janeiro durante os Jogos Olímpicos.

flavia.caldeira@llorentycuenca.com



Nuno Magalhães. Director de Contexto Político em LLYC Portugal. Foi Secretário de Estado de Administração Interior entre 2002 e 2005. Posteriormente, foi deputado durante 14 anos, oito como presidente do grupo parlamentar CDS-PP. Além disso, fez parte das comissões parlamentares de Economia, Inovação e Obras Públicas; Assuntos Constitucionais, Direitos, Liberdades e Garantias; Assuntos Exteriores e Comunidades Portuguesas; e Assuntos Europeus. Formado em Direito pela Universidade Lusíada de Lisboa, é advogado e professor universitário.

nmagalhaes@llorentycuenca.com



Felipe Mendonça Peleteiro. Gerente de Assuntos Públicos da LLYC Brasil. Graduado em Direito, com pós-graduação em Direito Público e MBA em Relações Governamentais, Felipe acumula passagens tanto pelo setor público quanto pelo privado. Atuou na área de licitações, contratos, convênios e parcerias público-privadas do Governo do Estado da Bahia e liderou projetos de relações governamentais em escritórios de advocacia e empresas ligadas ao agronegócio. Na LLYC, é responsável por projetos de inteligência política, mapeamento e engajamento de stakeholders em processos de tomada de decisão, seguimento regulatório, diplomacia corporativa, advocacy e contexto político e econômico.

felipe.peleteiro@llorentycuenca.com



Bruno Simões. Consultor Sênior de Assuntos Públicos de LLYC Portugal. licenciado em Ciências da Comunicação pela Universidade do Minho, experiente em jornalismo, trabalhou vários anos no Jornal de Negócios. Atualmente trabalha em Llyc Portugal, após quatro anos no Governo Português. Possui habilidades em política, relações públicas, storytelling, redação de notícias e comunicação.

bsimoes@llorentycuenca.com

Direção Geral

José Antonio Llorente

Sócio Fundador e Presidente
jallorente@llorenteycuenca.com

Alejandro Romero

Sócio e CEO Américas
aromero@llorenteycuenca.com

Luisa García

Sócia e Chief Operating Officer Global
lgarcia@llorenteycuenca.com

Arturo Pinedo

Sócio e Chief Client Officer Global
apinedo@llorenteycuenca.com

Tiago Vidal

Sócio e Chief Talent y Technology
Officer Global
tvidal@llorenteycuenca.com

José Manuel Casillas

Diretor Sênior de TI Global
jmcasillas@llorenteycuenca.com

Marta Guisasola

Sócia e Chief Financial Officer
mguisasola@llorenteycuenca.com

Joan Navarro

Sócio e Vice-Presidente
de Assuntos Públicos Global
jnavarro@llorenteycuenca.com

Albert Medrán

Diretor Global de Marketing,
Comunicação e ESG
amedran@llorenteycuenca.com

Juan Pablo Ocaña

Diretor Sênior de Legal & Compliance
jpocana@llorenteycuenca.com

Europa

Luis Miguel Peña

Sócio e CEO Europa
lmpena@llorenteycuenca.com

Gina Rosell

Sócia e Diretora Sênior de Healthcare
Europa
grosell@llorenteycuenca.com

Rafa Antón

Chief Creative Officer Europa
Cofundador e Diretor Geral de
Criação da CHINA parte da LLYC



rafa.anton@chinapartedellyc.com

MADRID

Jorge López Zafra

Sócio e Diretor Geral Madrid
jlopez@llorenteycuenca.com

Amalio Moratalla

Sócio e Diretor Sênior Esporte
e Estratégia de Negócio
amoratalla@llorenteycuenca.com

Iván Pino

Sócio e Diretor Sênior de Crise e
Riscos
ipino@llorenteycuenca.com

Marta Aguirrezabal

Sócia-fundadora e diretora-executiva



marta.aguirrezabal@chinapartedellyc.com

Pedro Calderón

Sócio Fundador e Diretor Executivo



pedro.calderon@chinapartedellyc.com

BARCELONA

María Cura

Sócia e Diretora Geral
mcura@llorenteycuenca.com

Oscar Iniesta

Sócio e Diretor Geral
oiniesta@llorenteycuenca.com

LISBOA

Marlene Gaspar

Diretora Geral
mgaspar@llorenteycuenca.com

Américas

Juan Carlos Gozzer

Sócio e CEO América Latina
jcgozzer@llorenteycuenca.com

Javier Marín

Diretor Sênior Healthcare
Américas
jmarin@llorenteycuenca.com

José Beker

Chief Creative Officer Américas
Cofundador e CEO da BESO
pela LLYC



jose.beker@beso.agency

ESTADOS UNIDOS

Darío Álvarez

CEO U.S.
dalvarez@llorenteycuenca.com

Rebecca Bamberger

CEO da BAM by LLYC



rebecca@bamtheagency.com

REGIÃO NORTE

David González Natal

Sócio e Diretor Geral Região Norte
dgonzalez@llorenteycuenca.com

Mauricio Carrandi

Diretor Geral LLYC Mexico
mcarrandi@llorenteycuenca.com

Michelle Tuy

Diretora Geral LLYC Panamá
michelle.tuy@llorenteycuenca.com

Iban Campo

Diretor Geral LLYC República
Dominicana
icampo@llorenteycuenca.com

REGIÃO ANDINA

María Esteve

Sócia e Diretora Geral Região Andina
mesteve@llorenteycuenca.com

Daniel Titingier

Diretor Geral LLYC Peru
daniel.titingier@llorenteycuenca.com

Carlos Llanos

Sócio e Diretor Geral LLYC Equador
cllanos@llorenteycuenca.com

REGIÃO SUL

Juan Carlos Gozzer

Sócio e Diretor Regional
jcgozzer@llorenteycuenca.com

Maria Eugenia Vargas

Diretora Geral LLYC Argentina
mevargas@llorenteycuenca.com

Thyago Mathias

Diretor Geral LLYC Brasil
tmathias@llorenteycuenca.com

Juan Cristóbal Portales

Diretor Geral LLYC Chile
juan.portales@llorenteycuenca.com

Deep Digital

Adolfo Corujo

Sócio e Deep Digital CEO
acorujo@llorenteycuenca.com

Javier Rosado

Sócio e Diretor Geral de Deep Digital
Américas
jrosado@llorenteycuenca.com

Federico Isuani

Diretor Geral Deep Digital
Região Norte e USA
Cofundador e CEO da BESO by LLYC



federico.isuani@beso.agency

Jesús Moradillo

Diretor Geral da Deep Digital
Europa
CEO e fundador da Apache Digital



jesus.moradillo@llorenteycuenca.com

Daniel Fernández Trejo

Diretor Sênior Deep Digital
e CTO Global
dfernandez@llorenteycuenca.com

Anahí Raimondi

Diretora de Operações da
Deep Digital
araimondi@llorenteycuenca.com

David Martín

Diretor Geral da Deep Digital
Região Andina
david.martin@llorenteycuenca.com

Diego Olavarría

Diretor Geral da área de Deep
Digital Região Sul
dolavarría@llorenteycuenca.com

Luis Manuel Núñez

Diretor Geral de Estratégia e
Desenvolvimento de negócios de
Deep Digital Américas
luisma.nunez@llorenteycuenca.com

Carmen Gardier

Diretora Sênior da área Digital
Américas
cgardier@llorenteycuenca.com

Alejandro Dominguez

Diretor Sênior Digital Europa
adominguez@llorenteycuenca.com

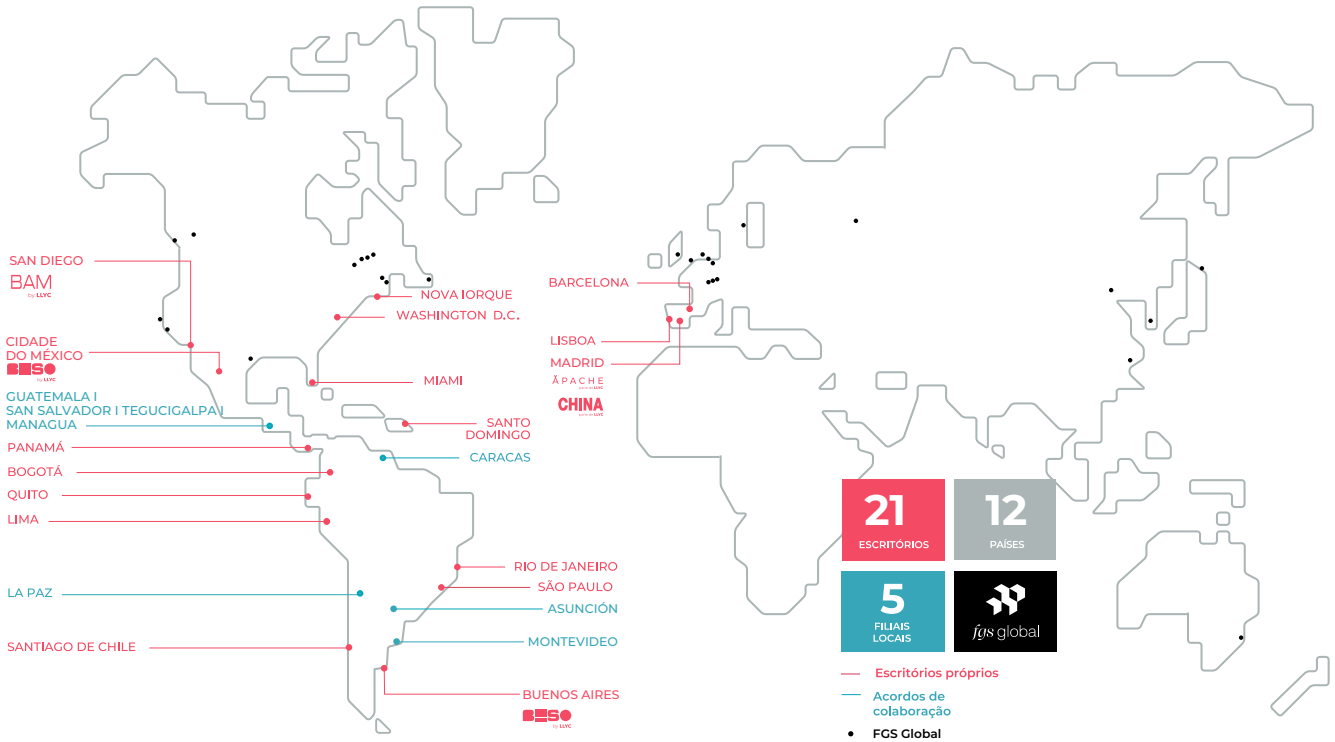
Fernanda Hill

Diretor Geral da BESO pela LLYC



fernanda.hill@beso.agency

Escritórios



LLYC

Madrid

Lagasca, 88 - planta 3
28001 Madrid, España
Tel. +34 91 563 77 22

Barcelona

Muntaner, 240-242, 1º-1ª
08021 Barcelona, España
Tel. +34 93 217 22 17

Lisboa

Avenida da Liberdade nº225, 5º Esq.
1250-142 Lisboa, Portugal
Tel. + 351 21 923 97 00

Miami

600 Brickell Avenue, Suite 2125
Miami, FL 33131
United States
Tel. +1 786 590 1000

Nueva York

3 Columbus Circle, 9th Floor
New York, NY 10019
United States
Tel. +1 646 805 2000

Washington D.C.

1025 F st NW 9th Floor
Washington D.C. 20004
United States
Tel. +1 202 295 0178

Ciudad de México

Av. Paseo de la Reforma 412
Piso 14, Colonia Juárez
Alcaldía Cuauhtémoc
CP 06600, Ciudad de México
Tel. +52 55 5257 1084

Panamá

Sortis Business Tower
Piso 9, Calle 57
Obarrio - Panamá
Tel. +507 206 5200

Santo Domingo

Av. Abraham Lincoln 1069
Torre Ejecutiva Sonora, planta 7
Suite 702, República Dominicana
Tel. +1 809 6161975

San José

Del Banco General 350 metros oeste
Trejós Montealegre, Escazú
San José, Costa Rica
Tel. +506 228 93240

Bogotá

Av. Calle 82 # 9-65 Piso 4
Bogotá D.C. - Colombia
Tel. +57 1 7438000

Lima

Av. Andrés Reyes 420, piso 7
San Isidro, Perú
Tel. +51 1 2229491

Quito

Avda. 12 de Octubre N24-528 y
Cordero - Edificio World Trade
Center - Torre B - piso 11
Ecuador
Tel. +593 2 2565820

Sao Paulo

Rua Oscar Freire, 379, Cj 111
Cerqueira César SP - 01426-001
Brasil
Tel. +55 11 3060 3390

Rio de Janeiro

Rua Almirante Barroso, 81
34º andar, CEP 20031-916
Rio de Janeiro, Brasil
Tel. +55 21 3797 6400

Buenos Aires

Av. Corrientes 222, piso 8
C1043AAP, Argentina
Tel. +54 11 5556 0700

Santiago de Chile

Avda. Pdte. Kennedy 4.700,
Piso 5, Vitacura
Santiago
Tel. +56 22 207 32 00
Tel. +562 2 245 0924

ÀPACHE

parte de LLYC

Arturo Soria 97A, Planta 1
28027, Madrid, España
Tel. +34 911 37 57 92

CHINA

parte de LLYC

Velázquez, 94
28006, Madrid, España
Tel. +34 913 506 508

BESO

by LLYC

El Salvador 5635, Buenos Aires
CP. 1414 BQE, Argentina

Av. Santa Fe 505, Piso 15,
Lomas de Santa Fe,
CDMX 01219, México
Tel. +52 55 4000 8100

BAM

by LLYC

702 Ash Street, Unit 100,
San Diego, CA 92101, US
United States



LLYC IDEAS

EXPLORAR. INSPIRAR.

IDEAS é o Departamento de Liderança através do Conhecimento da LLYC.

Porque estamos testemunhando um novo modelo macroeconômico e social. E a comunicação não fica atrás. Avança.

LLYC IDEAS é uma combinação global de relacionamento e troca de conhecimentos que identifica, se concentra e transmite os novos paradigmas da comunicação a partir de uma posição independente.

Porque a realidade não é preta ou branca existe IDEAS na LLYC.

ideas.llorentycuenca.com
www.revista-uno.com