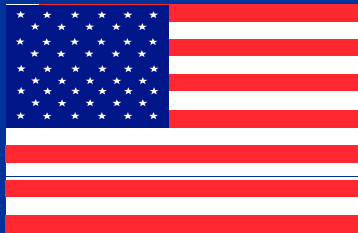


A Nova Realidade das Políticas Comerciais e seus Efeitos Sobre o Multilateralismo

Prof. Aluísio de Lima-Campos

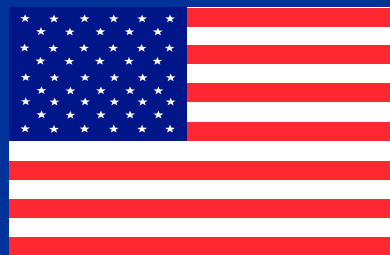


Definição de Política Comercial

Significado do Termo “Política Comercial”

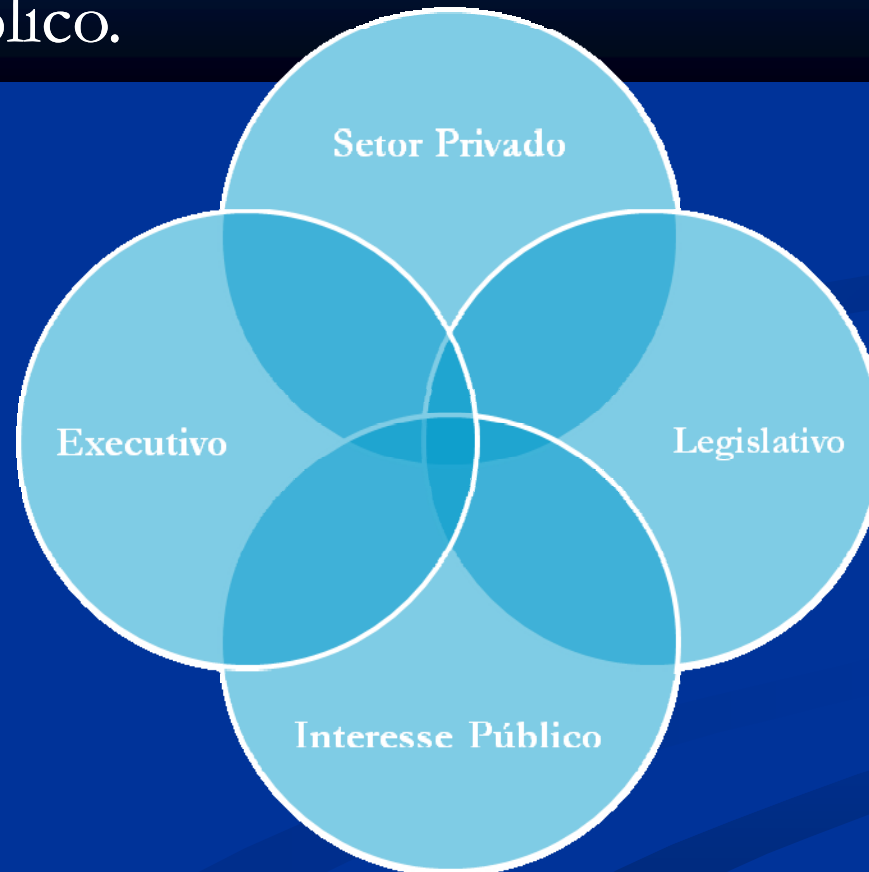
- É a ciência de encontrar políticas de importação e exportação entre os extremos “intervenção estatal” e “livre comércio” (*Cohen et al*).
- É o conjunto de leis e ordens que controlam o comércio internacional de um país (*Princeton/Wordnet*).
- É o conjunto de diretrizes, regulamentos e leis que têm impacto/influenciam o comércio internacional de um país (aspecto multidisciplinar).

Estrutura da Política Comercial Norte-Americana



Estrutura da Política Comercial Norte-Americana

- Atores: Executivo, Legislativo, Setor Privado e Interesse Público.



PODER EXECUTIVO

PRESIDENTE NORTE-AMERICANO

Gabinete do Presidente	Agências e Departamento de Estado		Coordenação dos grupos Inter-departamentais
USTR	Depto. de Estado	AID	Grupo de Revisão de Política Comercial
Gabinete de Coordenação dos Interesses Internos dos Órgãos do Executivo	Depto. do Tesouro	Dep. de Defesa	Comitê de Aconselhamento em política comercial
NSC	Depto. de Comércio	Depto. dos Transportes	Comitê de coordenação da promoção comercial
CAE	Depto. de Agricultura	Depto. de Justiça	Outros
OMB	Depto. Do Trabalho	Depto. do Interior	
	Depto. De Energia	Outros Deptos. e Agências Executivas	
	EPA	Agências Independentes ITC Eximbank Outras	

Características da Política Comercial Norte-Americana (1)

- Atores: Executivo, Legislativo, Setor Privado e Interesse Público
- Autoridade constitucional norte-americana sobre o comércio pertence ao Congresso que tem “*poder de regular o comércio com nações estrangeiras*” (artigo 1, seção 8 da Constituição Norte-Americana)
- Histórico: Tarifas eram consideradas impostos, portanto era necessário representação (“não existe taxaço sem representação”)
- Entretanto, desde 1930 o Congresso começou a delegar poder *temporário* ao Executivo para negociações comerciais.



Características da Política Comercial Norte-Americana (2)

- Política Comercial demanda uma interação contínua entre os setores públicos e privados (Governo e Congresso)
- Acordos internacionais NÃO são auto-executáveis: é necessária a aprovação do Congresso (aprova ou rejeita).



Características da Política Comercial Norte-Americana (3)

- “Fast-track” exemplifica como o Governo e o Congresso norte-americanos precisam interagir a fim de serem bem sucedidos nas negociações.
- Quando o Congresso autoriza a negociação comercial, ele se compromete a aprovar os resultados, conforme submetidos pelo Presidente, dentro de um período determinado. O Congresso se compromete através de regras que obrigam cada uma das duas Casas.
- O USTR não pode ser efetivo se o Congresso miná-lo, ou se interlocutores estrangeiros e nacionais acreditarem que o Congresso poderá fazê-lo.

(Destler, p. 34).



Características da Política Comercial Norte-Americana (4)

- Política comercial é o resultado de negociações contínuas entre vários atores políticos.
- Lida com o crescente número de assuntos ligados ao comércio internacional, como: medidas regulatórias domésticas, comércio de serviços, propriedade intelectual, crescimento dos Acordos Preferenciais de Comércio, bilaterais, etc.
- Implica na divisão de funções e responsabilidades (Constituição, Estatutos, outros documentos).



Características da Política Comercial Norte-Americana (5)

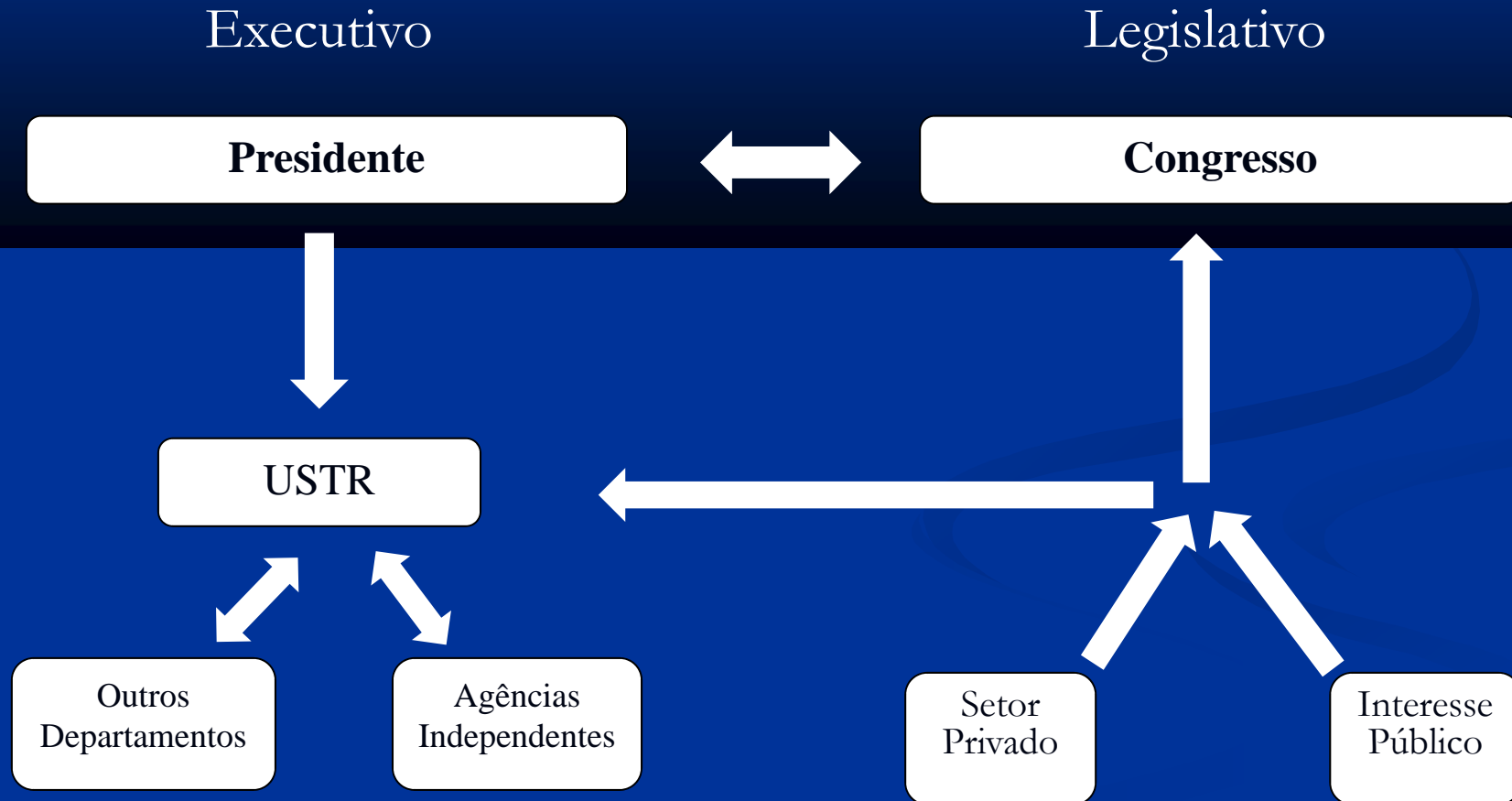
- No nível doméstico, ela resulta de um difícil processo (“briga interna”) no qual a divergência de opiniões e de interesses emerge.
- Portanto, o diálogo inter-agências é muito importante para a formulação da política comercial norte-americana.
- Demanda assessoria altamente qualificada e preparada tanto no Governo quanto nos setores privados.

CARACTERÍSTICAS

- Existem mais de 12.000 grupos de interesse em Washington, D.C. (2010).

Ano	Total gasto	Número de grupos
2010	US\$3.504.930.985	12.973
2009	US\$3.492.163.116	13.711
2008	US\$3.300.333.353	14.206

EUA - Organização Institucional



O Processo de Tomada de Decisão

Influência na Política Comercial



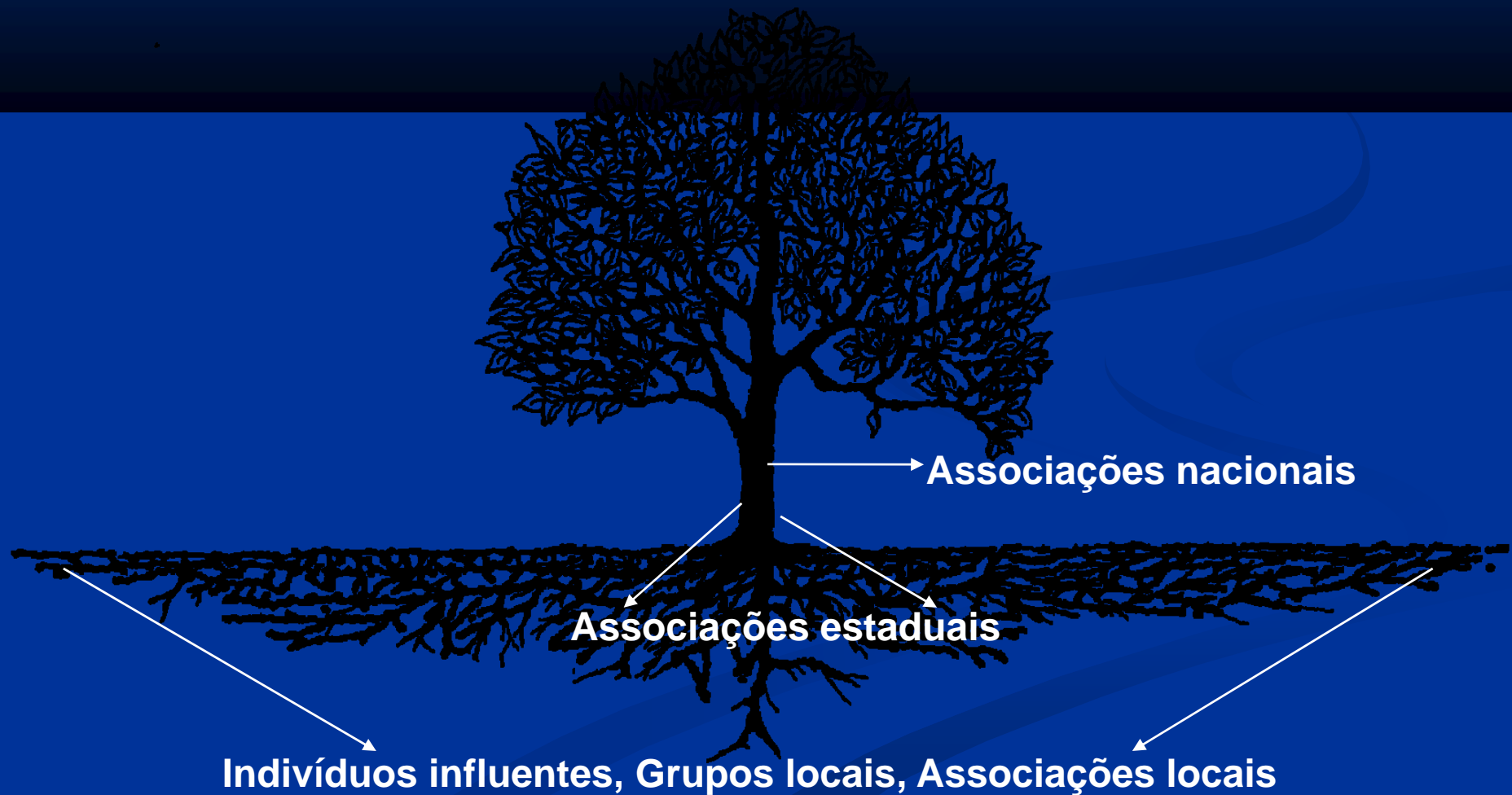
Influência na Política Comercial



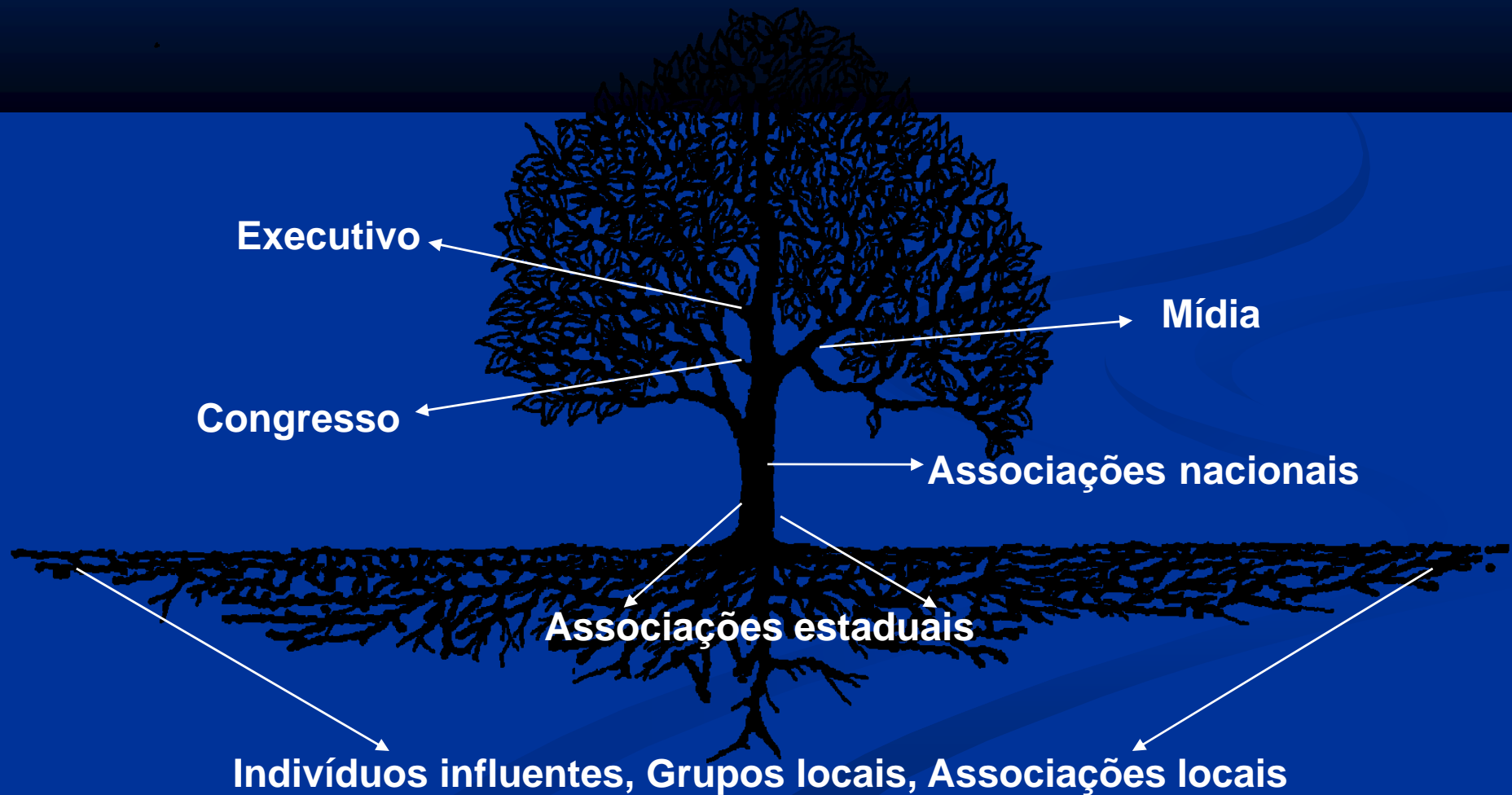
Influência na Política Comercial



Influência na Política Comercial



Influência na Política Comercial



Influência na Política Comercial

Ação do Legislativo
(a favor / contra)

Opinião pública
(a favor / contra)

Decisões Governamentais
(favoráveis / desfavoráveis)

Executivo

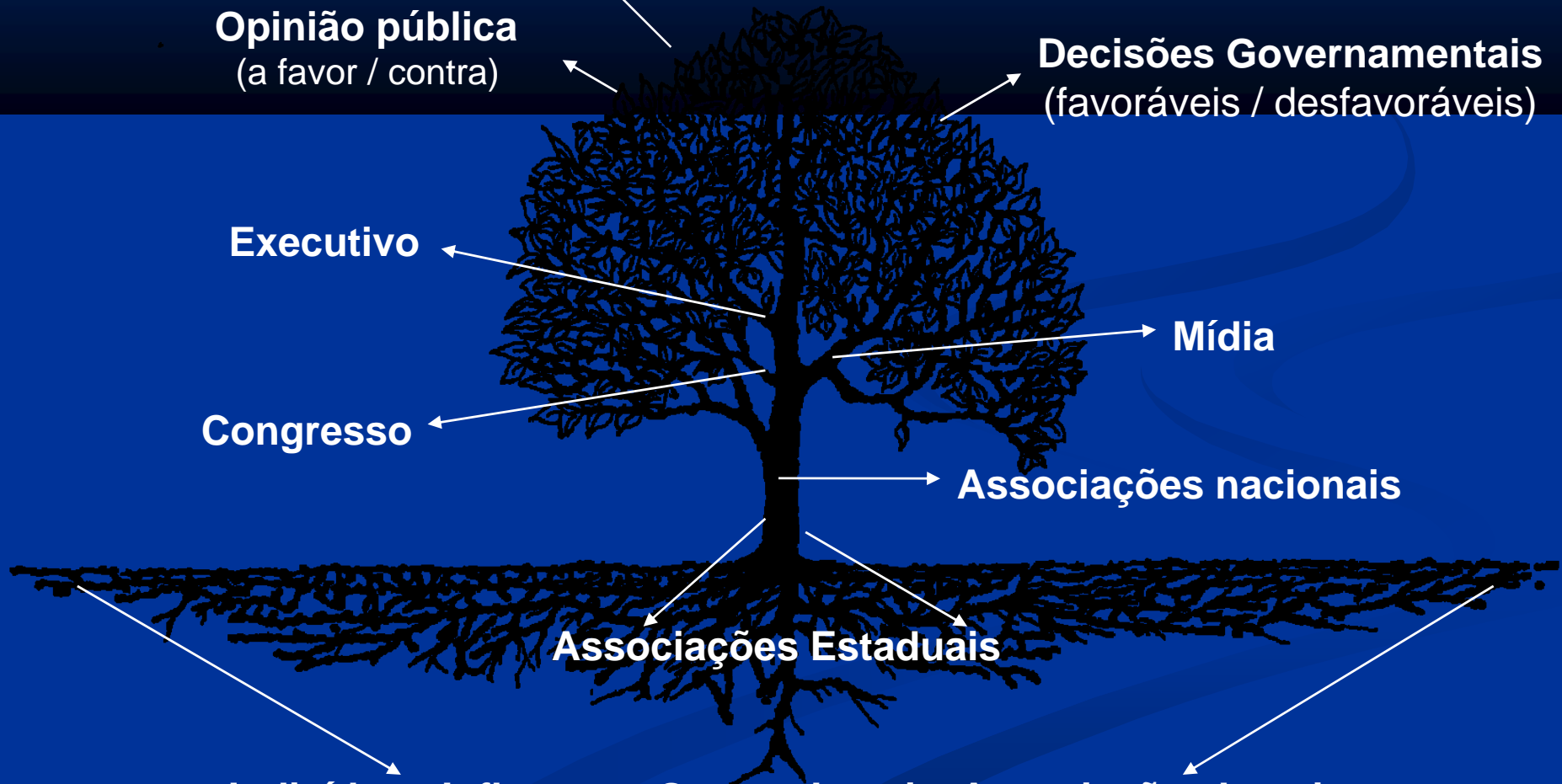
Mídia

Congresso

Associações nacionais

Associações Estaduais

Indivíduos Influentes, Grupos Locais, Associações Locais



O Processo de Tomada de Decisão

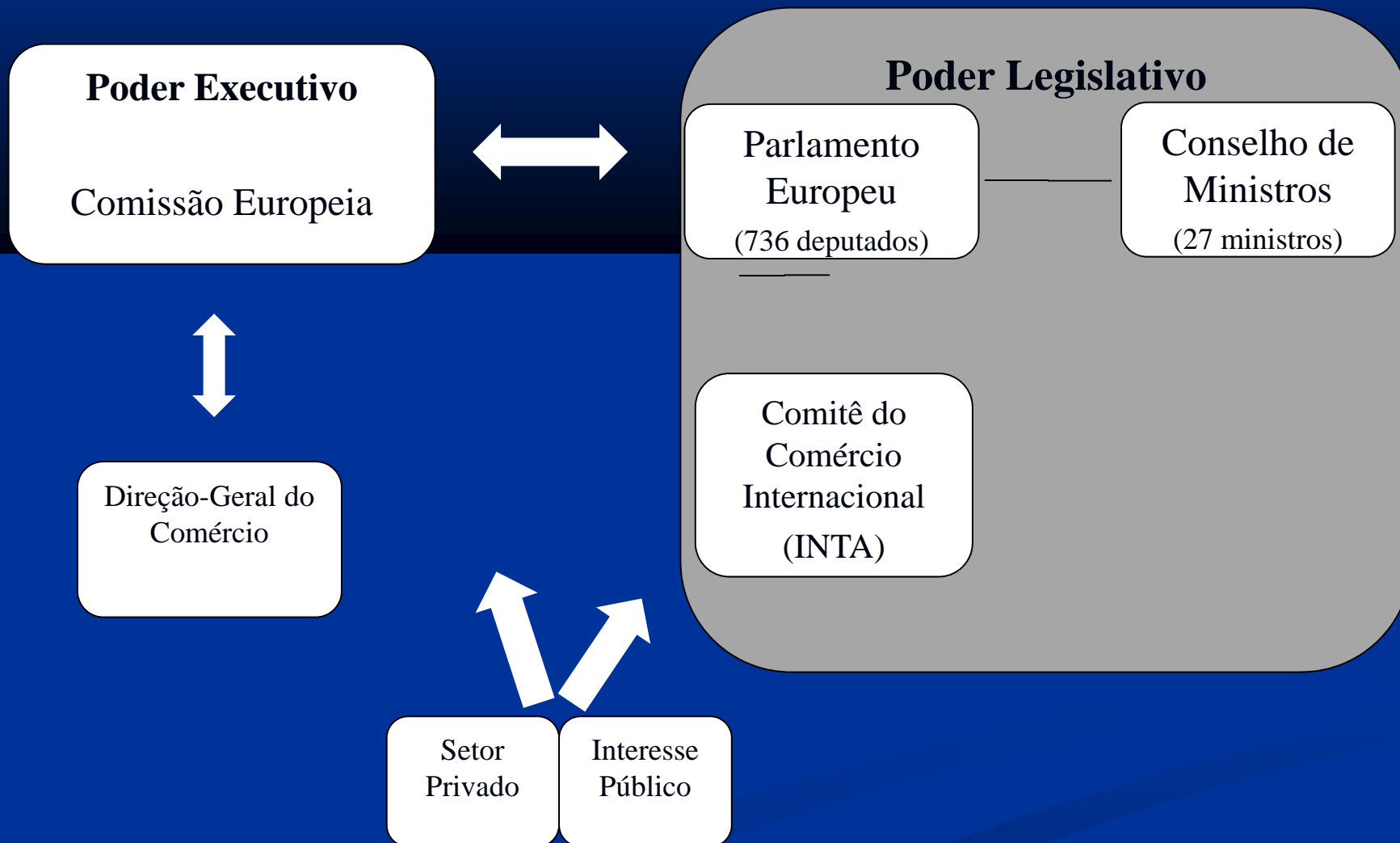
- Decisões são diferentes e flexíveis em natureza e importância.
- O alto grau de descentralização favorece os departamentos a tomarem decisões em consenso, o que facilita o protecionismo.
- O Congresso limita o poder presidencial.
- É um processo principalmente político devido às diferentes prioridades dos setores econômicos relacionados.



A ESTRUTURA DA POLÍTICA COMERCIAL EUROPÉIA



UE - Organização Institucional



CONSELHO DE MINISTROS

- O papel do Conselho de Ministros
 - Principal corpo de tomada de decisões
 - Principais responsabilidades incluem:
 - Passar leis europeias, coordenar amplas políticas económicas entre os Estados-Membros, fechar acordos internacionais dos quais a UE é parte, aprovar, em conjunto com o Parlamento Europeu, o orçamento da UE, tomar decisões a respeito das políticas externa e de segurança, e adotar medidas no campo da cooperação policial e judicial para assuntos criminais.
 - Estabelecer a direção e o conteúdo da política comercial com bases políticas.
 - Decisões do Conselho podem ser levadas, por qualquer um dos membros, para a Corte Europeia de Justiça.

COMISSÃO EUROPÉIA

- “Colegiado” de 27 comissários mais aproximadamente 20,000 pessoas
- Corpo executivo da UE: “neutro”; independente dos Estados-Membros
- Poder independente e direito exclusivo de:
 - Iniciar legislação
 - Ser “Guardião dos Tratados”
 - Administrar o orçamento
 - Decidir casos de concorrência
 - Representar a UE nas negociações comerciais (Representação Externa)

PARLAMENTO EUROPEU

- Papel nas negociações comerciais
 - Comissão agora é formalmente obrigada a consultar o Parlamento Europeu na condução das negociações (mais informações).
- Adoção de Acordos Comerciais
 - O Parlamento Europeu tem que consentir com a adoção dos resultados das negociações comerciais, numa base de “take it or leave it”
- Regulamentações comerciais
 - Regulamentações para definição do quadro para implementação da Política Comercial Europeia Regulations são aprovados através de “procedimentos legislativos ordinários”. Conselho e Parlamento devem concordar sobre tais regulamentações.
 - Antidumping, GSP, regras de origem

Source: Woolcock

PROCESSO DE NEGOCIAÇÃO

- A Comissão é o negociador em nome dos Membros da UE
- A Comissão negocia e o Conselho aprova o resultado da negociação.
- Conforme o Tratado de Lisboa, a Comissão agora deve consultar com o Conselho e o Parlamento durante as negociações
- A Comissão negocia e agora, conforme o Tratado de Lisboa, tanto o Conselho como o Parlamento aprovam os resultados da negociação

Fonte: <http://ec.europa.eu>

PROCESSO DE NEGOCIAÇÃO

- Predomínio de contatos informais
 - Forte lobby por grupos de interesse e firmas individuais influenciam o formato e modelam o processo de política comercial da EU
 - Não existem estruturas formais de comitês de consulta no nível europeu e a maioria dos contatos acontece com base na, bem estruturada mas informal, consulta a associações de negócios.
 - Contatos informais, mas regulares, acontecem entre os grupos de interesse, a Comissão e o Conselho, particularmente com o último
 - Participação da sociedade civil: Diálogo comercial com a sociedade civil (1998); reuniões regulares uma vez a cada 2 meses, e reuniões gerais 2 vezes por ano
- Comissão garante representação uniforme e exercício da política comercial nas esferas bilateral e multilateral
- A Comissão representa a UE na arena internacional, inclusive nas negociações de acordos comerciais internacionais multilaterais perante a OMC e de acordos bilaterais com países individuais ou áreas aduaneiras (BIANCULLI, p. 398)

PROCESSO DE DECISÃO

Influência na Política Comercial



Características

- Grupos de interesse intervêm no processo (3.700 em Bruxelas no ano 2010):
 - Associações profissionais e grupos de interesse (50%)
 - Corporações (13,3%)
 - Câmara de Comércio (1%)
 - Consultores (6%)
 - Federações nacionais de empregadores (1,6%)
 - Organizações internacionais (3,2%)
 - Escritórios de advocacia (3,4%)
 - Organizações nacionais de comércio e de profissionais (6,8%)
 - Representações Regionais (incluindo municípios) (7,3%)
 - “Think tanks and training” (4%)
 - Sindicatos (0,8%)
 - Outros (2,8%).

Fonte: Wonka et al.

Características

- País de origem de organizações registradas para fazerem lobby na UE:

- Alemanha 380 (17,2%)

- Reino Unido 294 (13,3%)

- França 292 (13,2%)

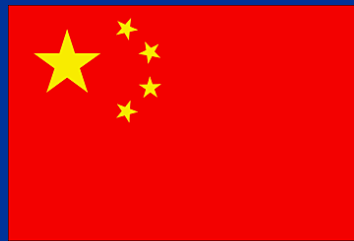
- Bélgica 171 (7,8%)

- EUA 173 (7,8%)

- Suíça 73 (3,3%)

Fonte: Wonka et al.

Estrutura da Política Comercial Chinesa



Histórico

1949 - 1978 – economia fechada e planejada de maneira centralizada, pouco espaço para o comércio exterior.

1978 - 1986 – criação das “zonas econômicas especiais”: áreas delimitadas (principalmente cidades costeiras) escolhidas para serem as “janelas do mundo” para a China.

1986 - 1992 – “Vinte e duas regulações” facilitação no comércio internacional. Criação de ambiente favorável ao investimento externo.

1992 - 2001 – “economia socialista de mercado”, China emerge como uma potência comercial global.

2001 – entrada na OMC (Protocolo de Adesão, membro pleno no ano de 2015).

Organização Institucional

The Central Committee of the Communist Party – 350 membros

Supervisiona y da orientacion general al NPC y al State Council



Central Politburo of the Communist Party –

24 membros – Supervisiona o PC



Standing Committee of the Politburo –9 membros

Centraliza o poder do Politburo



National People's Congress (NPC)

– 2,987 membros

Legislativo – debate y adota leis e políticas

70% membros do Partido Comunista

Presidente



Standing Committee of NPC

– 175 membros

Ratifica acordos e tratados internacionais

**Outros ministérios e
agências também
contribuem ao processo**



**State Council (Central people's
Government) – 50 membros**

Executivo – Conclui acordos e tratados. Propõe medidas ao Standing Committee of the Politburo



**Ministry of Commerce
(MOFCOM)**

Principal ministério para política comercial. Responde diretamente ao State Council

**Department of International
Organizations:**

Encarregado de negociações - APCs

Política comercial institucional

Ministério do Comércio (MOFCOM) – estabelecido em 2003, coordena e implementa políticas relacionadas ao comércio.

Dentre suas competências estão:

- Formulação de leis, regulamentos e políticas a relativas ao comércio e investimento internacional;
- Harmonização da legislação e regulação doméstica em relação a temas econômicos e comerciais;
- Administração de: controles sobre importação/exportação; quotas; licenças; e mecanismos de defesa comercial;
- Promoção e facilitação do comércio.

Setor “privado”

O número de pequenas empresas abertas por indivíduos aumentou de 140.000 em 1978 para 25 milhões em 2005. (Zheng and Yang, University of Nottingham)

Em 2000, 24% de todas as empresas na China eram privadas. Em 2005, esse número aumentou para 53% e em 2008 atingiu 78% do total. (China Statistical Yearbook 2009)

No entanto, em 2008, um número enorme de empresas privadas fecharam as portas como consequência da crise financeira global, ao mesmo tempo em que o governo chinês ajudou financeiramente empresas estatais. As estatais foram motivadas e assistidas pelo governo a absorverem empresas de pequeno porte.

Conseqüentemente, a participação de empresas estatais no mercado deve ser maior a partir de 2008.

Conclusões

Conclusões

- Objetivo: apoio da China, dos EUA e da UE aos interesses brasileiros na esfera bilateral, regional ou multilateral
- Setor privado brasileiro pode atuar em complementaridade às ações governamentais
- Para tanto necessita estar devidamente organizado, estruturado e trabalhar coordenado com o governo
- O modelo e a estratégia das “árvores” funciona

Conclusões: Estratégia

Mapeamento do campo de batalha segundo a metodologia das árvores no âmbito internacional:

- 1) Localização do problema dentro da estrutura governamental
- 2) Identificação das instituições envolvidas e interlocutores-chave
- 3) Mapeamento dos caminhos formais apropriados
- 4) Identificação e avaliação de aliados e opositores
- 5) Estratégia (gestões, plano B, alocação de recursos, etc..)

Lições

1. Não há regra geral. Há múltiplas variáveis, inclusive políticas.
2. O mapeamento de um caso raramente é idêntico ao de outro.
3. Por conseguinte, a estratégia traçada para aquele caso não se aplicará necessariamente a outro.
4. Cada caso requer análise exclusiva.