

LLYC IDEAS

EXPLORAR. INSPIRAR.



INFORME

**ACUERDO
MERCOSUR-
UE: UNA NUEVA
OPORTUNIDAD
TRAS AÑOS DE
ESTANCAMIENTO**

Mayo 2023

ÍNDICE

UN ACUERDO QUE DEBE DIFERIR DEL ORIGINAL	3
LOS PRINCIPALES FACTORES DE BLOQUEO	5
OPORTUNIDADES PARA PORTUGAL Y LA UNIÓN EUROPEA	7
OPORTUNIDADES PARA BRASIL Y MERCOSUR	9
CONCLUSIONES	12



UN ACUERDO QUE DEBE DIFERIR DEL ORIGINAL

Para algunos de los países más comprometidos con su implementación, como Portugal, Brasil o España, acelerar la conclusión del acuerdo UE/Mercosur ha sido una prioridad. El cambio político que se ha producido en Brasil con la elección de Luis Ignacio Lula da Silva tras cuatro años de mandato de Jair Bolsonaro, que era contrario a este acuerdo, y la presidencia española del Consejo de la Unión Europea, que comienza el 1 de julio, parecen constituir la oportunidad perfecta para asegurar, finalmente, su ratificación y la posterior entrada en vigor.

Las negociaciones comenzaron en 1999, hace más de dos décadas, bajo la expectativa de que el acuerdo se concretaría pronto. Pero, desde entonces, han experimentado tantos avances como retrocesos.

Así lo señaló el presidente de Brasil, Lula da Silva, el 25 de abril, poco después de llegar a Madrid para una visita oficial a España, que siguió a una visita de cinco días a Portugal: «Pensé que lograríamos cerrarlo durante el primer año de mi mandato, en 2003, pero el acuerdo nunca llegó a formalizarse».

El día anterior, el primer ministro portugués, António Costa, mostró su compromiso con la ratificación del acuerdo. «He expresado al presidente Lula da Silva que Brasil siempre puede contar con Portugal como defensor de sus intereses, a fin de trabajar para la conclusión más rápida posible del acuerdo entre la Unión Europea y Mercosur», afirmó.

Formalmente, en junio de 2019, durante una cumbre del G20 celebrada en Osaka (Japón), los dos bloques alcanzaron un acuerdo político. Pero los ajustes finales de dicho acuerdo han estado en proceso de negociación desde entonces. Han sido casi cuatro largos años en los que no se ha producido avance alguno, con el contexto político en Brasil y una pandemia mundial entre medias, factores que no han ayudado a agilizar el proceso.

Ahora, la ventana de oportunidad se abre nuevamente y el escenario geopolítico parece favorable, sobre todo porque un nuevo aplazamiento podría conllevar nuevos riesgos. Por un lado, en junio de 2024 se celebrarán las elecciones al Parlamento Europeo, que determinarán el futuro liderazgo de otros órganos europeos. No se puede prever el equilibrio de fuerzas posterior en la Eurocámara, pero se teme el incremento de la influencia de partidos populistas, que, en principio, se muestran poco proclives al libre comercio y están más interesados en reforzar el proteccionismo.

“La elección de Lula da Silva, tras cuatro años de mandato de Jair Bolsonaro, y la presidencia española del Consejo de la Unión Europea, que comienza el 1 de julio, parecen constituir la oportunidad perfecta para asegurar, finalmente, la ratificación y la posterior entrada en vigor del acuerdo UE/Mercosur”

Por otro lado, España, que marcará el destino de la UE de julio a diciembre, seguramente querrá tener en su historia la firma del tratado que creará una de las mayores áreas de libre comercio del mundo, con más de 780 millones de personas, lo que representa el 20 % del PIB mundial y el 30 % de las exportaciones globales.

Sin embargo, el tiempo apremia y aún no se ha llegado a un consenso. El acuerdo que se firme este año, debido a las negociaciones de última hora, puede diferir del alcanzado en 2019 y no se garantiza todavía que vaya a mantener la nomenclatura de «tratado». Los tratados deben ser ratificados por los 27 parlamentos nacionales de los estados miembros de la UE. Para facilitar el proceso, son muchas las voces que sugieren ahora que podría adoptar el formato de un acuerdo de asociación, similar al firmado entre la UE y Chile, lo que evitaría la necesidad de dicha ratificación masiva.

Sería, pues, un acuerdo de asociación económica, lo que no le resta importancia estratégica para Portugal, España y el resto de países europeos y sudamericanos del bloque Mercosur.

Al fomentar el libre comercio entre los dos bloques, países como Brasil y Argentina se beneficiarán significativamente de la eliminación de las barreras aduaneras, particularmente, en el área agrícola, lo que se traducirá en un aumento de las exportaciones de carne y productos cárnicos. Por el lado europeo, la eliminación de aranceles facilitará la entrada de empresas de diferentes sectores a este mercado; en particular, de automoción, farmacéuticas, químicas y textiles.

En los últimos años, tras el acuerdo de 2019, varios países europeos expresaron sus reservas sobre él. Se debían, en particular, a la postura del expresidente brasileño sobre las políticas medioambientales y su impacto sobre el bosque tropical del Amazonas. El cambio radical de visión que supone el mandato del presidente Lula puede que haya disipado algunos de estos temores en Europa. Pero no todos.

Varios analistas han mencionado que es precisamente en los campos de la sostenibilidad y el medioambiente donde pueden radicar algunos de los principales obstáculos para que el acuerdo finalmente sea ratificado, como veremos con mayor profundidad en el siguiente capítulo. Algunos países todavía se oponen firmemente al acuerdo. Son, en particular, aquellos en los que el sector agrícola es más importante, que temen una competencia que consideran desleal, ya que las reglas a ambos lados del Atlántico no son las mismas, para perjuicio de los europeos.



Sin embargo, es innegable que, dada la reconfiguración política que tuvo lugar en Brasil, la presidencia española de la UE, el claro apoyo de varios jefes de Estado —entre ellos, el canciller alemán Olaf Scholz— o la presidenta de la Comisión Europea, Ursula von der Leyen, y las elecciones europeas previstas para el primer semestre de 2024, hacía tiempo que no se daban condiciones tan favorables para la conclusión del acuerdo.

Para los países de ambos bloques, también se suman a la ecuación las lecciones aprendidas de la invasión de Ucrania. Cada vez es más importante diversificar las fuentes de suministro y los socios, para no verse perjudicado por perturbaciones como las provocadas por el conflicto debido a la invasión de Rusia, que en Europa provocó una escalada de subidas de precios como no se había visto durante mucho tiempo, no sólo en el caso de los alimentos, sino también de la energía y, en consecuencia, del coste de vida de todos los ciudadanos de la UE.

Pedro Sánchez, presidente del Gobierno español, señaló el 26 de abril que “Europa necesita aliados y América Latina y el Caribe son las regiones hacia las que debemos mirar en estos momentos para encontrarlos». A pesar de esta declaración, tanto Sánchez como Lula reconocen que existen obstáculos para el acuerdo. Se trata de la oposición de varios países, entre los que los más visibles son Francia, Irlanda, Holanda y Austria. No obstante, también afirmaron que las reticencias de dichas naciones se basan en argumentos débiles.

LOS PRINCIPALES FACTORES DE BLOQUEO

El histórico acuerdo comercial ha sido objeto de oposición por parte de varios países y organizaciones, y las principales razones de la divergencia entre ambos bloques tienen que ver, sobre todo, con motivaciones medioambientales, agroalimentarias y humanitarias.

El período de la presidencia de Brasil de Jair Bolsonaro, entre 2019 y 2023, fue uno de los principales pretextos para suscitar retrocesos y escepticismo entre los Estados miembros de la Unión Europea. Estos no

veían los valores europeos reflejados en la política y el liderazgo de Jair Bolsonaro, cuyo gobierno se caracterizó por la controversia y por la adopción de posturas radicales.

Durante los cuatro años de Gobierno de Bolsonaro, Brasil se retractó de los compromisos medioambientales y respecto a los derechos humanos previamente firmados. Siguió una rotunda política de deforestación del bosque tropical de la Amazonía (la tasa de destrucción aumentó en torno a un 60 %) que conllevó un aumento de la contaminación atmosférica (el país emitió durante su mandato el equivalente a 2420 millones de toneladas brutas de dióxido de carbono). Bolsonaro rompió por completo con la agenda medioambiental a la que se había comprometido el país.

Entre los opositores europeos a la firma del acuerdo con el Mercosur destacan Austria, Francia, Irlanda y Holanda. El Parlamento Europeo también llegó a pronunciarse sobre los aspectos medioambientales y de derechos humanos que podrían verse comprometidos con una posible ratificación del acuerdo con el Mercosur durante este período. Así, en octubre de 2020, el Parlamento Europeo aprobó una resolución que advertía que el acuerdo comercial entre la Unión Europea y los países del Mercosur no podría ratificarse por el impacto medioambiental, la falta de compromiso en materia de derechos humanos y laborales, así como por la incompatibilidad con el Acuerdo de París, un convenio del que el Brasil de Jair Bolsonaro se fue alejando progresivamente.

El peor período de incendios en la Amazonia fue, muy probablemente, el principal catalizador de la oposición política de los estados miembros al acuerdo comercial. Emmanuel Macron incluso llevó el tema a una reunión del G7 en 2019, calificando la situación de «crisis internacional».

Sin embargo, en Francia, por ejemplo, donde el sector agrícola tiene una fuerte relevancia social y económica, los agricultores fueron los primeros en manifestar su descontento y su oposición al acuerdo, afirmando que la decisión podría traer grandes dificultades por la comparación entre los índices de competitividad del sector agroalimentario sudamericano y los franceses.

La preocupación por la sostenibilidad de los agricultores europeos ha sido, por tanto, un objeto importante de divergencia en el acuerdo del Mercosur. Es una preocupación del sector agrario de todos los estados miembros de la Unión Europea y, presumiblemente, el factor que más ha condicionado la ratificación del acuerdo desde que comenzaron las conversaciones en 1999, ya que el acuerdo elimina los aranceles de importación en el 92 % de los productos del Mercosur exportados a la UE.

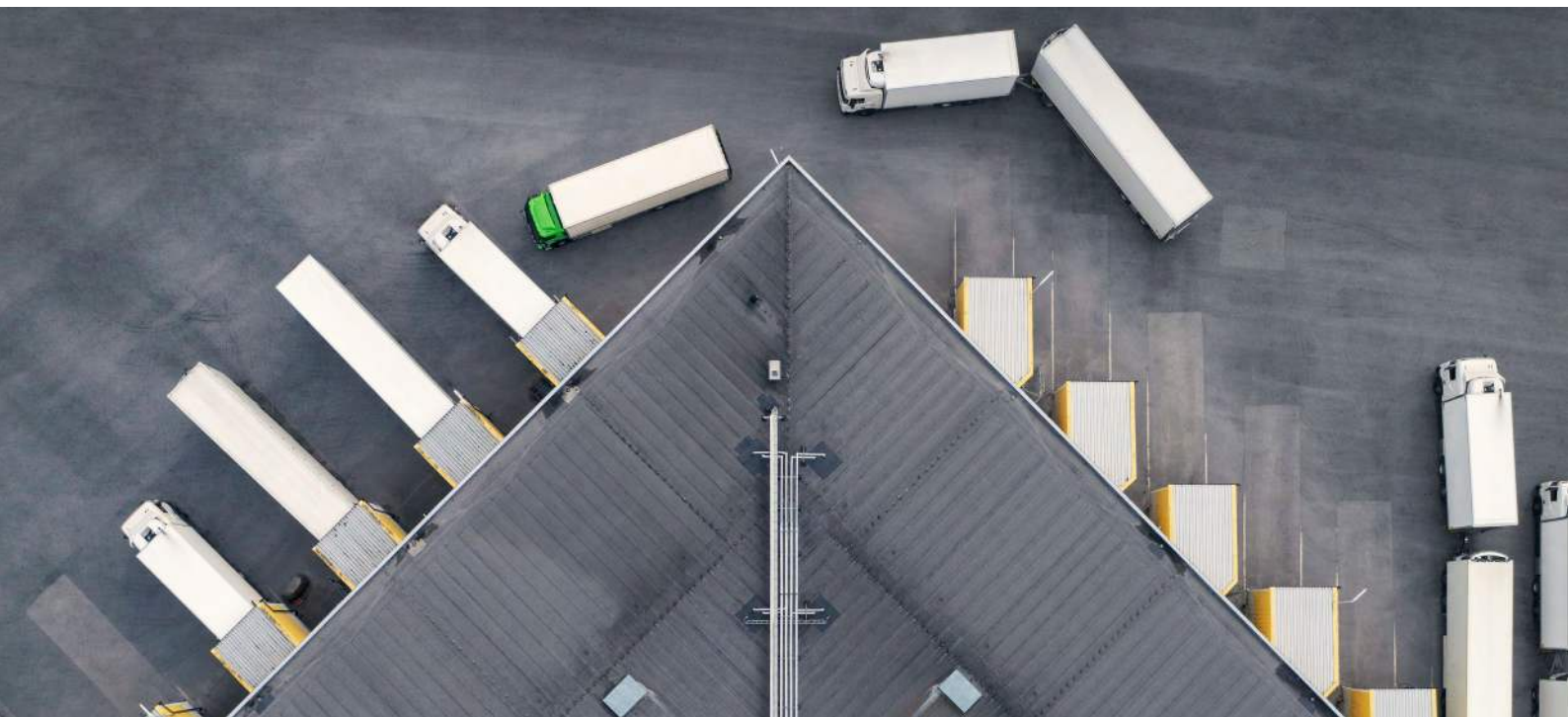
Los agricultores europeos, y especialmente los productores de carne, consideran que el acuerdo hará que la competencia sea desleal, alegando que las reglas y los productos utilizados en la producción agrícola sudamericana son diferentes de las reglas y los productos utilizados en la producción europea: ciertos pesticidas, hormonas y otras sustancias están prohibidos en la Unión Europea, lo que permite que las carnes sudamericanas se vendan a precios más baratos.

Durante el debate del acuerdo con el Mercosur, la sostenibilidad de los agricultores ha sido un tema muy relevante, con muchos de los temores europeos centrándose en el posible impacto negativo sobre la empleabilidad agrícola europea y la sostenibilidad económica del sector.

Por lo que respecta a los intereses sudamericanos, y aunque el tema medioambiental sea el principal factor de bloqueo, el sector agrícola, uno de los que más se beneficiaría en Brasil, ha presentado ya varias críticas internas al acuerdo. Para sus integrantes, el modelo establecido por Bolsonaro no es adecuado para impulsar las exportaciones agrícolas.

Esto se debe esencialmente al hecho de que la mayoría de las cuotas destinadas a las exportaciones agrícolas de Brasil a la Unión Europea ya se han cubierto. Por ello, el acuerdo tendría un impacto limitado para el sector, y no produciría un aumento significativo del volumen de las exportaciones.

“El histórico acuerdo comercial ha sido objeto de oposición por parte de varios países y organizaciones por razones medioambientales, agroalimentarias y humanitarias”



También existe una preocupación ligada al hecho de que, en realidad, son las barreras no arancelarias las que acarrearían las mayores restricciones, desde el punto de vista brasileño y del comercio bilateral.

Por su parte, el sector industrial brasileño está preocupado por la posibilidad de que se acelere el acuerdo comercial con la Unión Europea sin que se discutan muchos temas relevantes a nivel interno. El temor es que Brasil, y en consecuencia los demás países del Mercosur, se conviertan en meros exportadores de bienes y materias primas, mientras la UE aumenta sus exportaciones de productos industrializados, perjudicando así la industria brasileña. Para los integrantes del sector industrial, es crucial que el acuerdo se vea como un medio para impulsar la reindustrialización del país en sectores como el automotriz, minero, de energías renovables, petróleo y gas, químico y farmacéutico, entre otros, a través de la transferencia de tecnología, la integración interbloques, la estimulación del desarrollo de las pequeñas y medianas empresas y la facilidad de comercio, entre otras medidas.

Otro factor que ha contribuido a la dificultad de la ejecución del acuerdo es la inclusión de los llamados «Protocolos adicionales». El último de ellos lo presentaron en marzo de este año, durante una visita a Buenos Aires, representantes de la Unión Europea. Si bien los países europeos interpretan estas adiciones como un refuerzo del capítulo sobre comercio y desarrollo sostenible, que asegura una mayor protección medioambiental dentro del Mercosur, la percepción de los países sudamericanos es que podría considerarse una interferencia regulatoria. La sostenibilidad sería un mero pretexto para imponer barreras comerciales encubiertas. El tema cobró fuerza tras la ratificación en el Parlamento Europeo de la nueva normativa que prohíbe la entrada en la UE de materias primas vinculadas a la deforestación, aunque se hayan obtenido con autorización legal.

Varios grupos de la sociedad civil en Brasil se han posicionado en contra del acuerdo comercial con la Unión Europea, porque fue concebido durante el gobierno de Bolsonaro sin un debate amplio y transparente con la población. Según ellos, las

discusiones sobre el tema se restringieron a un pequeño círculo de representantes del sector agrícola y la industria, excluyendo a la mayoría de la población. Incluso con el actual gobierno de Lula, que defiende una mayor participación de la sociedad en todos los ámbitos políticos, sociales y económicos, la velocidad con la que avanzan las negociaciones dificulta la participación popular. Algunas voces sugieren que trabajar con los términos acordados durante el gobierno anterior sería una imprudencia.

Las ONG medioambientales y sociales argumentan que, al priorizar temas como la industria agrícola y la minería, el gobierno anterior dotó al acuerdo de un carácter neocolonial. Es fundamental que, a la hora de decidir el acuerdo, se coloquen como elementos centrales temas como el clima, la protección socioambiental, la sostenibilidad y los derechos humanos y laborales. Según los expertos, entre los principales elementos de este acuerdo debe estar el diálogo con la sociedad, y en particular con las comunidades indígenas.

OPORTUNIDADES PARA PORTUGAL Y LA UNIÓN EUROPEA

Portugal y la región del Mercosur ya tienen, en este momento, una estrecha relación comercial, principalmente debido a la larga e intensa relación histórica entre Portugal y Brasil (por la lengua común, la herencia y las vastas comunidades portuguesa en Brasil y brasileña en Portugal). Según datos del Instituto Nacional de Estadística Portugués, Brasil es el décimo tercer cliente en términos de exportaciones de bienes en 2021, con una participación total del 1,1 %, y ocupa la octava posición en términos de importaciones (el 3,1 %).

América Latina, por lo tanto, es una puerta de nuevas y relevantes oportunidades para las empresas portuguesas en términos de exportaciones, importaciones e inversiones. Por ello, es importante señalar que la entrada en vigor de este acuerdo permitirá a más de treinta países comerciar libremente entre sí (sin aranceles, o con aranceles muy bajos) en un mercado libre que pasará de 500 a 800 millones de personas.

“La entrada en vigor de este acuerdo permitirá a más de treinta países comerciar libremente entre sí en un mercado libre que pasará de 500 a 800 millones de personas”

El mayor beneficio para Portugal, probablemente, estará relacionado con las exportaciones agroalimentarias a la región, a cuyo mercado podrán llegar con mayor facilidad, y a precios más bajos, productos como el aceite de oliva y el vino, lo que estimulará la competitividad de las exportaciones nacionales. Al mismo tiempo, los componentes de aeronaves, una de las exportaciones más relevantes para Brasil (la empresa aeronáutica Embraer ha realizado una importante inversión en Portugal), también se verán beneficiados por el acuerdo.

Para Portugal, es muy importante que el acuerdo con Mercosur pueda entrar en vigor lo antes posible. Debe tenerse en cuenta que un acuerdo de este tipo supondrá un refuerzo de la autonomía estratégica de Europa, algo que es de suma importancia en los tiempos actuales, especialmente, tras el estallido de la guerra en suelo europeo, que ha demostrado lo decisiva que puede ser la soberanía alimentaria de un determinado país para el bienestar de su sociedad.

El Ministerio de Asuntos Exteriores ya ha admitido que Portugal será uno de los países europeos más beneficiados por el acuerdo comercial. La mayor proximidad de Brasil a la Unión Europea solo puede traerle ventajas económicas, políticas e institucionales. E incluso, puede darle mayor relevancia en el marco interno europeo.

A continuación, se presentan algunos de los beneficios directos para Portugal

EXPORTACIONES

Las exportaciones portuguesas a Brasil han disminuido en los últimos años, por lo que el acuerdo podría conllevar un nuevo incremento que revierta el estado actual de la balanza comercial entre los países, actualmente desfavorable para Portugal.

VINO

Portugal ocupa el tercer lugar en la lista de proveedores de vino de Brasil, por detrás de Chile y Argentina (ambos sin aranceles aduaneros). Con el acuerdo, Portugal puede ascender fácilmente al segundo lugar en esta lista, teniendo en cuenta que está muy cerca del 15 % de Argentina.

AUTOMÓVILES

Brasil y Argentina producen alrededor de 3,5 millones de vehículos al año. Actualmente, los productos de esta industria están gravados con un 35 %, por lo que la industria automotriz nacional, con un volumen de ventas de 9.400 millones de euros, puede verse beneficiada. Hoy tiene poca presencia en estos mercados.

PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS:

El tejido empresarial portugués está compuesto mayoritariamente por pequeñas y medianas empresas, por lo que la creación de una plataforma que facilite el acceso a la información y brinde apoyo en los trámites necesarios para exportar puede verse como una oportunidad de internacionalización y crecimiento para las pymes portuguesas.

“La apertura del mercado promueve la diversificación y la expansión de las actividades de las empresas brasileñas, dinamizando la economía del país”

OPORTUNIDADES PARA BRASIL Y MERCOSUR

El acuerdo en cuestión prevé la eliminación de aranceles, lo que traerá beneficios considerables para varios sectores de la economía brasileña. Se espera que los sectores con mayor potencial de crecimiento y competitividad de la Unión Europea sean los más favorecidos. Además, es importante destacar que la reducción de las barreras arancelarias puede incrementar la competitividad de estos sectores y generar nuevas oportunidades de inversión y negocio para las empresas. De esa forma, la apertura del mercado promueve la diversificación y la expansión de las actividades de las empresas brasileñas, dinamizando la economía del país.

En cuanto al comercio de bienes, antes del establecimiento de las bases del acuerdo, solo el 24 % de las exportaciones de Brasil, en términos de líneas arancelarias, estaban exentas de aranceles en la Unión Europea. Con la reducción prevista, se espera que la cifra alcance el 92 % de las importaciones del Mercosur, y el 95 % de las líneas arancelarias están libres de aranceles en la UE. Además, la oferta europea ascenderá al 99 % del volumen de comercio al considerar las líneas con desgravación parcial.

Mientras algunos productos verán facilitada su entrada al mercado europeo a través de la imposición de cuotas, otros tendrán desgravación arancelaria, generando expectativas de ganancias en materia de competitividad por la reducción o eliminación de aranceles.

CARNE DE RES Y AVES

Uno de los principales desafíos es cumplir con las preocupaciones sobre bienestar animal del mercado europeo, invirtiendo en tecnologías de trazabilidad y obteniendo certificaciones reconocidas internacionalmente. Invertir en certificaciones y auditorías, como *Global Animal Partnership* (GAP) y *Certified Humane*, es fundamental para certificar la calidad y la responsabilidad en la producción de carne y para aumentar la percepción de que la carne brasileña se produce con métodos sostenibles.

Las acciones conjuntas con importadores y distribuidores locales, así como la participación en ferias y eventos internacionales del sector, son estrategias que pueden ayudar a promover la imagen positiva de la carne vacuna brasileña. Estas iniciativas, junto con la apuesta por los estándares internacionales y la adopción de prácticas sostenibles, permitirán al sector aprovechar las oportunidades que genera el acuerdo.

LÁCTEOS

El acuerdo debe impulsar las exportaciones del sector lácteo, con cupos establecidos para productos como el queso, la leche en polvo y fórmulas infantiles, así como oportunidades para productos orgánicos con características diferenciadas. Mantener la calidad y la seguridad del producto, con inversiones en tecnologías de procesamiento y conservación, es fundamental para lograr este objetivo. Para aumentar la confianza del consumidor y acceder a nichos de mercado con mayor valor añadido, es importante buscar certificaciones de calidad y sostenibilidad reconocidas internacionalmente, como los *International Featured Standards* (IFS) y el sello orgánico de la UE.

FRUTAS Y VERDURAS

Los actores de la industria deben adoptar estrategias que incluyan inversiones en tecnologías

de conservación y empaquetado, así como la construcción de una red logística eficiente, para garantizar la calidad y frescura de los productos en un mercado extremadamente exigente. Demostrar la sostenibilidad en la cadena de siembra y obtener certificaciones internacionales debe favorecer a los productores de cítricos (especialmente a los de naranjas) y cacao, estos últimos por las cuotas de chocolates y productos derivados, como la manteca, la pasta y el cacao en polvo.

CEREALES

Gracias al acuerdo, la soja, el maíz, el trigo y el arroz tienen un gran potencial de crecimiento. La mejora de la comunicación, mediante la difusión del uso cada vez mayor de tecnologías de producción sostenible, como la integración de cultivos, ganadería y silvicultura (*Integração Lavoura-Pecuária-Floresta, ILPF*), y la obtención de certificaciones como la de la Round Table on Responsible Soy (RTRS, Mesa Redonda sobre Soja Responsable), deberían ayudar a combatir la percepción negativa que, a menudo, asocia a los productores con la deforestación y las prácticas no sostenibles. Además, las alianzas estratégicas con importadores alineados con esta cultura de la sostenibilidad contribuirán a superar las barreras culturales, asegurando la aceptación en el mercado europeo.



MAQUINARIA Y PIEZAS DE AUTOMÓVILES

La entrada en vigor del acuerdo tiene el potencial de abrir nuevos mercados, que abarcan 22 países de la Unión Europea, que importan alrededor de 63.000 millones de dólares estadounidenses anualmente. Las oportunidades brasileñas se concentran en unos 76 productos que se beneficiarán de un tratamiento libre de impuestos diferenciado de hasta cuatro años. Actualmente, Brasil representa apenas un 2,3 % de dicha cuota de mercado (1.500 millones de dólares estadounidenses al año). Para aprovechar este potencial, es fundamental invertir en innovación, tecnologías sostenibles y cumplimiento de la normativa medioambiental europea.

SECTORES QUÍMICO Y FARMACÉUTICO

Con un mercado de importación de alrededor de 29.400 millones de dólares estadounidenses (la media de los últimos cinco años), distribuido en 24 países diferentes de la Unión Europea, Brasil tiene una cuota de mercado media del 3,8 % (alrededor de unos 1.100 millones de dólares estadounidenses). Para aprovechar estas oportunidades, las empresas brasileñas deben invertir en investigación y desarrollo, innovación y tecnología, además de cumplir con las estrictas normas y requisitos europeos. Un desafío importante es la necesidad de cumplir con las regulaciones y requisitos en términos de calidad, seguridad y trazabilidad del producto, como los estándares de buenas prácticas de fabricación (*Good Manufacturing Practices*, GMP) y las pautas de la AEM (Agencia Europea del Medicamento). Además, es fundamental invertir en investigación y desarrollo, así como en la protección de la propiedad intelectual.

TEXTIL

Cuando entre en vigor, el acuerdo propiciará un aumento de las exportaciones brasileñas gracias a la reducción arancelaria que se prolongará durante un plazo de hasta siete años. Según la *Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção* (ABIT,

Asociación Brasileña de la Industria Textil y de Confección), esto podría conllevar una mayor visibilidad y reconocimiento de las marcas brasileñas, además de promover la diversificación del mercado y el incremento de los ingresos. Para aprovechar estas oportunidades, es fundamental invertir en tecnología e innovación, además de mejorar la calidad y la sostenibilidad de los procesos productivos.

CALZADO

Los principales mercados con oportunidades identificadas para el sector del calzado son Alemania, Francia y Holanda, con una desgravación arancelaria que se extenderá durante hasta siete años. Actualmente, Brasil exporta una media de 102 millones de dólares estadounidenses al año en calzado a estos países, lo que representa, aproximadamente, el 2,5 % de las exportaciones totales, lo que demuestra un enorme potencial de crecimiento. Para aprovechar estas oportunidades, es esencial invertir en tecnología, innovación y diseño, además de mejorar la calidad y la sostenibilidad de los procesos productivos. La fidelización de los clientes europeos se puede lograr fortaleciendo la identidad de la marca a través de la inversión en campañas de marketing y comercio electrónico.

PRODUCTOS DE HIGIENE Y BELLEZA

El mercado europeo es extremadamente atractivo para la industria de cosméticos, productos de cuidado personal y perfumería debido a su alta demanda y al creciente interés en productos naturales y sostenibles, atributos comunes a los productos brasileños. De acuerdo con la *Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos* (Asociación Brasileña de la Industria de Higiene Personal, Perfumería y Cosméticos), la industria brasileña ya se destaca por sus prácticas sostenibles, lo que aumenta la garantía de cumplimiento de las estrictas normas y estándares de calidad europeos, como los estándares de seguridad y eficacia, así como la prohibición de la experimentación con animales.

CONCLUSIONES

La perspectiva de un acuerdo comercial entre Mercosur y la Unión Europea es una oportunidad única y prometedora para ambas partes. En las próximas semanas, el foco de atención estará puesto en las negociaciones lideradas por España y Brasil, que asumirán las presidencias de la Unión Europea y Mercosur, respectivamente. Estos dos países jugarán un papel clave en la mediación entre las diferentes opiniones e intereses de las naciones implicadas.

A pesar de la oposición de algunos estados europeos, como Francia, Holanda, Austria e Irlanda, que buscan proteger a sus productores nacionales y expresan preocupaciones relacionadas con la protección del medioambiente en Brasil, es importante enfatizar que la cooperación y el diálogo pueden propiciar el entendimiento mutuo y el desarrollo de políticas que beneficien a ambas partes.

Así, dado el papel central de España y sus intereses comerciales, unido a la necesidad de Brasil de reinsertarse en el contexto del comercio internacional y estrechar lazos con sus socios europeos, la probabilidad de que se firme el acuerdo en 2023 es considerable.

Además, es fundamental resaltar que el establecimiento de un acuerdo comercial entre Mercosur y la Unión Europea puede impulsar el desarrollo sostenible y la innovación tecnológica en las áreas de energías limpias, biotecnología y agricultura, beneficiándose de las complementariedades y sinergias entre ambos bloques. La cooperación en estos sectores es crucial para abordar desafíos globales, como el cambio climático y la creciente demanda de alimentos y recursos naturales, así como para promover la prosperidad compartida.

Además, el acuerdo podría facilitar el intercambio de conocimientos y buenas prácticas entre las naciones firmantes, contribuyendo a la mejora de las condiciones laborales y a la protección de los derechos de los trabajadores, así como a la promoción de mayores estándares de gobierno corporativo y transparencia. Este intercambio puede conducir a una mayor cooperación y confianza entre los países y ayudar a superar las

diferencias e inquietudes existentes, especialmente, con respecto a la protección del medioambiente y la competencia en el mercado interno.

La ejecución de este acuerdo comercial abrirá las puertas a una mayor cooperación económica y política entre el Mercosur y la Unión Europea, generando beneficios para todas las partes implicadas. Empresas, inversores y consumidores deben estar atentos a los cambios en el escenario internacional y adaptarse a las nuevas posibilidades que surgirán de este hito histórico en las relaciones entre los dos bloques económicos.

Las próximas semanas serán clave por cuestiones como la presidencia española y la oposición de algunos estados europeos y la desconfianza en Brasil.

Aun así, gracias al papel central de España y los muchos intereses que suscita su firma, es probable que el acuerdo, finalmente, se ejecute a lo largo de lo que queda de 2023.



AUTORES



Flávia Caldeira. Directora Senior de LLYC Brasil. Periodista y posgraduada en Periodista y posgraduada en Administración de Empresas (Executive MBA, Coppead / UFRJ). Con más de 25 años de experiencia en Comunicación Corporativa, Relaciones con la Prensa y Gestión de Crisis, Flavia ha ocupado cargos directivos en medios de comunicación, grandes empresas trabajando en São Paulo, Brasilia y Río. Trabajó para O Globo durante siete años y dirigió varias estructuras de departamentos de comunicación de grandes empresas. Flavia fue Directora General de MSL-Publicis Consultants también Directora de Relaciones Públicas de Ideal H+K y, como MD, fue responsable de las operaciones de la empresa en Río de Janeiro durante los Juegos Olímpicos.

flavia.caldeira@llorentycuenca.com



Nuno Magalhães. Director de Contexto Político en LLYC Portugal. Fue Secretario de Estado de Administración Interior entre 2002 y 2005. Después fue diputado durante 14 años, ocho de ellos como presidente del grupo parlamentario CDS-PP. Fue miembro de las comisiones parlamentarias de Economía, Innovación y Obras Públicas; Asuntos Constitucionales, Derechos, Libertades y Garantías; Asuntos Exteriores y Comunidades Portuguesas; y Asuntos Europeos. Licenciado en Derecho por la Universidad Lusíada de Lisboa, es abogado y profesor universitario.

nmagalhaes@llorentycuenca.com



Felipe Mendonça Peleteiro. Gerente de Asuntos Públicos en LLYC Brasil. Licenciado en Derecho, posgraduado en Derecho Público y MBA en Relaciones Gubernamentales, Felipe ha trabajado tanto en el sector público como en el privado. Ha trabajado en el área de licitaciones, contratos, acuerdos y asociaciones público-privadas para el Gobierno del Estado de Bahía y ha dirigido proyectos de relaciones gubernamentales en bufetes de abogados y empresas agroalimentarias. En LLYC, es responsable de proyectos de inteligencia política, mapeo y compromiso de las partes interesadas en los procesos de toma de decisiones, seguimiento normativo, diplomacia corporativa, abogacía y contexto político y económico.

felipe.peleteiro@llorentycuenca.com



Bruno Simões. Consultor Senior de Asuntos Públicos de LLYC Portugal. Licenciado en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de Minho, con experiencia en periodismo, trabajó varios años en el Jornal de Negócios. Actualmente trabaja en LLYC Portugal, tras cuatro años en el Gobierno portugués. Tiene conocimientos de política, relaciones públicas, narración de historias, redacción de noticias y comunicación.

bsimoes@llorentycuenca.com

Dirección Global

José Antonio Llorente

Socio Fundador y Presidente
jallorente@llorenteycuenca.com

Alejandro Romero

Socio y CEO Global
aromero@llorenteycuenca.com

Luisa García

Socia y Chief Operating Officer Global
lgarcia@llorenteycuenca.com

Arturo Pinedo

Socio y Chief Client Officer Global
apinedo@llorenteycuenca.com

Tiago Vidal

Socio y Chief Talent y Technology
Officer Global
tvidal@llorenteycuenca.com

José Manuel Casillas

Director Senior de IT Global
jmcasillas@llorenteycuenca.com

Marta Guisasaola

Socia y Chief Financial Officer
mguisasaola@llorenteycuenca.com

Joan Navarro

Socio y Vicepresidente
Asuntos Públicos Global
jnavarro@llorenteycuenca.com

Albert Medrán

Director Global de Marketing,
Comunicación y ESG
amedran@llorenteycuenca.com

Juan Pablo Ocaña

Director Senior de Legal &
Compliance
jpocana@llorenteycuenca.com

Europa

Luis Miguel Peña

Socio y CEO Europa
lmpena@llorenteycuenca.com

Gina Rosell

Socia y Directora Senior Healthcare
Europa
grosell@llorenteycuenca.com

Rafa Antón

Chief Creative Officer Europa
Cofundador y Director General
Creativo de China parte de LLYC



rafa.anton@chinapartedellyc.com

MADRID

Jorge López Zafrá

Socio y Director General
jlopez@llorenteycuenca.com

Amalio Moratalla

Socio y Director Senior Deporte
y Estrategia de Negocio
amoratalla@llorenteycuenca.com

Iván Pino

Socio y Director Senior Crisis y Riesgos
ipino@llorenteycuenca.com

Marta Aguirrezabal

Socia Fundadora y Directora Ejecutiva



marta.aguirrezabal@chinapartedellyc.com

Pedro Calderón

Socio Fundador y Director Ejecutivo



pedro.calderon@chinapartedellyc.com

BARCELONA

María Cura

Socia y Directora General
mcura@llorenteycuenca.com

Oscar Iniesta

Socio y Director Senior
oiniesta@llorenteycuenca.com

LISBOA

Marlene Gaspar

Directora General
mgaspar@llorenteycuenca.com

Américas

Juan Carlos Gozzer

Socio y CEO América Latina
jcozzer@llorenteycuenca.com

Javier Marín

Director Senior Healthcare Américas
jmarin@llorenteycuenca.com

José Beker

Chief Creative Officer Américas
Cofundador y CEO de Beso by LLYC



jose.beker@beso.agency

ESTADOS UNIDOS

Darío Álvarez

CEO U.S.
dalvarez@llorenteycuenca.com

Rebecca Bamberger

CEO de BAM by LLYC



rebecca@bamtheagency.com

REGIÓN NORTE

David González Natal

Socio y Director General Regional
dgonzalezn@llorenteycuenca.com

Mauricio Carrandi

Director General LLYC México
mcarrandi@llorenteycuenca.com

Michelle Tuy

Directora General de LLYC Panamá
michelle.tuy@llorenteycuenca.com

Iban Campo

Director General LLYC República
Dominicana
icampo@llorenteycuenca.com

REGIÓN ANDINA

María Esteve

Socia y Directora General Regional
mesteve@llorenteycuenca.com

Daniel Titingier

Director General LLYC Perú
daniel.titingier@llorenteycuenca.com

Carlos Llanos

Socio y Director General LLYC
Ecuador
cllanos@llorenteycuenca.com

REGIÓN SUR

Juan Carlos Gozzer

Socio y Director General Regional
jcozzer@llorenteycuenca.com

Maria Eugenia Vargas

Directora General LLYC Argentina
mevargas@llorenteycuenca.com

Thyago Mathias

Director General LLYC Brasil
tmathias@llorenteycuenca.com

Juan Cristóbal Portales

Director General de LLYC Chile
juan.portales@llorenteycuenca.com

Deep Digital

Adolfo Corujo

Socio y CEO de Deep Digital
acorujo@llorenteycuenca.com

Javier Rosado

Socio y Director General Deep Digital
Américas
jrosado@llorenteycuenca.com

Federico Isuani

Director General de Deep Digital Región
Norte y USA
Cofundador y CEO de Beso by LLYC



federico.isuani@beso.agency

Jesús Moradillo

Director General Deep Digital
Europa CEO y fundador de
Apache Digital



jesus.moradillo@llorenteycuenca.com

Daniel Fernández Trejo

Director Senior de Deep Digital
y CTO global
dfernandez@llorenteycuenca.com

Anahí Raimondi

Directora de Operaciones Deep
Digital
araimondi@llorenteycuenca.com

David Martín

Director General de Deep Digital
Región Andina
david.martin@llorenteycuenca.com

Diego Olavarría

Director General Deep Digital
Región Sur
dolavarría@llorenteycuenca.com

Luis Manuel Núñez

Dirección General de Estrategia y
Desarrollo de Negocio de Deep Digital
en Américas
luisma.nunez@llorenteycuenca.com

Carmen Gardier

Directora Senior Influencia Digital
Américas
cgardier@llorenteycuenca.com

Alejandro Dominguez

Director Influencia Digital Europa
adominguez@llorenteycuenca.com

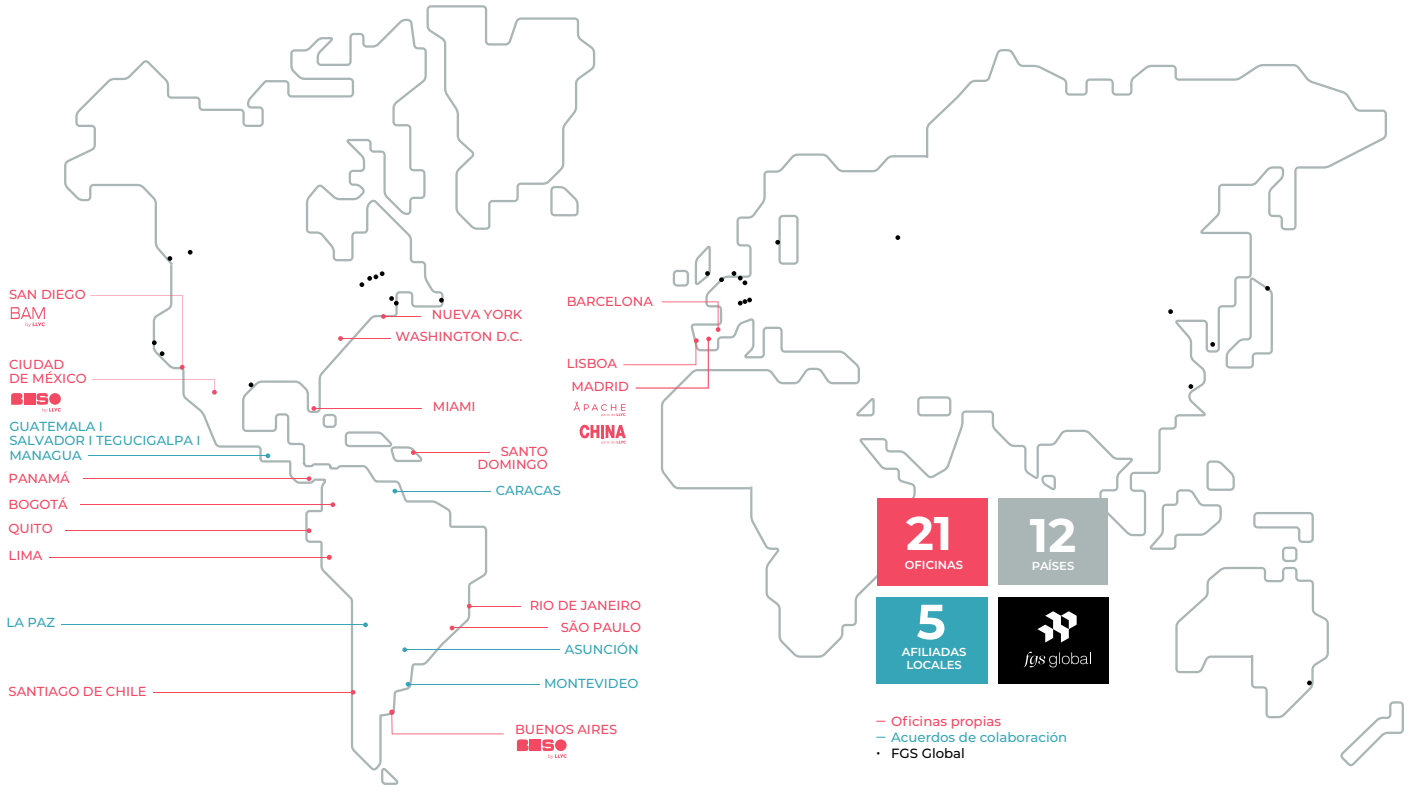
Fernanda Hill

Directora General Beso by LLYC



fernanda.hill@beso.agency

Oficinas



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

ÁPACHE
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 es el Centro de Liderazgo a través del Conocimiento de LLYC.

Porque asistimos a un nuevo guión macroeconómico y social. Y la comunicación no queda atrás. Avanza.

LLYC IDEAS es una combinación global de relación e intercambio de conocimiento que identifica, enfoca y transmite los nuevos paradigmas de la sociedad y tendencias de comunicación, desde un posicionamiento independiente.

Porque la realidad no es blanca o negra, existe LLYC IDEAS.

ideas.llorenteycuenca.com

www.revista-uno.com