

## A ESTRATÉGIA DE ACESSO AO MERCADO DA UNIÃO EUROPEIA

Os [fundamentos da política comercial da UE, as suas prioridades, os seus objetivos e a sua metodologia](#) têm sido objeto, nas últimas décadas, de um documento enquadrador: **A Estratégia de Acesso ao Mercado**.

A primeira Estratégia surge em 1996, na sequência da criação da OMC, tendo sido alvo de reformulações mais ou menos contínuas, fruto da necessidade de alinhamento com a evolução do comércio mundial e dos processos de integração regional prosseguidos pelas diversas economias. Esta estratégia tinha como princípio estratégico o reforço dos acordos de comércio bilaterais e multilaterais e a facilitação da abertura de mercados terceiros às exportações da União.

Esta abertura assentava no pressuposto de que uma melhor informação sobre as condições de acesso por parte dos agentes exportadores e a definição de um enquadramento para resolver ou mitigar os obstáculos ao comércio de bens e serviços, à proteção da propriedade intelectual e ao investimento resultariam numa resolução prioritária e determinante das questões ligadas ao acesso aos mercados terceiros, tendo como principal instrumento operacional, ainda hoje, a Base de Dados de Acesso aos Mercados da UE.

Em 2007, foi publicada a Estratégia de Acesso ao mercado de “última geração”, que continua a ser uma referência em termos das intenções prosseguidas pela política comercial europeia. Neste documento, e como resultado direto da prioridade que a União havia concedido aos esforços multilaterais com vista à remoção de barreiras pautais ao comércio, a Comissão Europeia admitia que o seu foco se havia desviado da eliminação desses obstáculos e que era necessário um realinhamento da sua política, atendendo não só à crescente complexidade e importância de barreiras não pautais como também às exigências dos *stakeholders* europeus. Em 2015 a Estratégia de Acesso ao Mercado é reforçada e centrada na agenda de comércio e investimento da UE.

A assunção de que a natureza dos obstáculos ao comércio se tem alterado, sendo mais significativos os de natureza não pautal, de essência mais ou menos explícita, condicionou uma clarificação na política comercial europeia entre barreiras desnecessárias e injustificadas e barreiras justificadas e legalmente defensáveis no cumprimento de objetivos políticos (segurança, proteção ambiental ou da saúde humana, animal ou vegetal, entre outras). A expansão destes novos tipos de barreiras não pautais, mais complexas, de ordem predominantemente técnica e de difícil identificação e superação estão na origem de grande parte dos problemas de acesso ao mercado com que os operadores europeus se confrontam, até porque a sua proliferação tem ocorrido a um ritmo muito superior à capacidade de definição de regras comuns pela OMC.

Assim, uma das principais ideias, subjacente às recentes orientações estratégicas, tem sido a de que, apesar do reconhecimento do sistema de cooperação multilateral como o mais importante mecanismo existente para assegurar e garantir o acesso aos mercados no sistema de comércio global, só é possível fazê-lo com efetivo sucesso utilizando um conjunto de instrumentos de política comercial, designadamente, intervenção em Organizações Internacionais, Diplomacia Económica e negociação de Acordos Bilaterais.

A base de dados de acesso ao mercado da UE ([Market Access Database](#)) ajuda as empresas europeias a exportar para todo o mundo, fornecendo informações sobre as condições de acesso a variadíssimos mercados mundiais.