

SOUSA GALITO, Maria (2017). “Modelo de Diplomacia Económica – Dinamarca”. *CI-CPRI*, Artigo de Opinião, N.º 39, setembro, pp. 1-4.

CI-CPRI



## *Modelo de Diplomacia Económica – Dinamarca*

### **Enquadramento**

De acordo com os registos, a diplomacia económica do país foi talvez iniciada no Reino Unido, em 1888, para promover as exportações dinamarquesas de manteiga<sup>1</sup>.

Atualmente, a estratégia governamental da Dinamarca na promoção das exportações e da diplomacia económica já não salvaguarda os interesses económicos nacionais de forma departamental; procura impulsioná-los em rede e de forma dinâmica, conjuntamente com as empresas nacionais, as organizações não-governamentais e outras organizações da sociedade civil (Figura 1), para que os agentes individuais e coletivos interessados remem em conjunto em prol do mesmo objetivo.

Figura 1: Diplomacia Económica da Dinamarca



De acordo com este modelo de diplomacia económica, os esforços não são desenvolvidos em ciclo fechado, apenas de forma institucionalizada; para promover as exportações em geral ou atrair investimento direto estrangeiro de um país.

A diplomacia bilateral (*nation-to-nation*) aplica-se a planos concretos para um determinado produto ou serviço. Por exemplo, o diplomata e os demais técnicos envolvidos no processo ajudam a vender manteiga dinamarquesa, se necessário.

### **Importância Estratégica e Estrutura**

Na Dinamarca, as exportações de bens e serviços representam 1000 mil milhões de DKK e 55% do PIB; 725.000 empregos dependem da capacidade de internacionalização do tecido económico nacional. De um universo de cerca de 300.000 empresas, cerca de 30.000 são exportadoras e 10% destas exportam aproximadamente 90% do total, mormente para outros Estados-membros da UE. A estratégia governamental baseia-se numa *cultura de rede*, que tenta envolver estes agentes económicos com base em interesses mútuos.

As iniciativas públicas ligadas à diplomacia económica e à promoção das exportações partem em grande medida do Conselho de Comércio (*Trade Council*) que tem 64 representações em 50 países e trabalha com 258 conselheiros comerciais localizados nas embaixadas dinamarquesas, centros e apoio ao comércio (trade councils) e 6 centros de inovação dinamarqueses, que colaboram com o Ministério do Ensino Superior e da Ciência; e o Ministério dos Negócios Estrangeiros da Dinamarca<sup>iii</sup>.

O *Trade Council* apoia cerca de 6000 empresas anualmente, e que entre 2001/11 se traduziu num aumento de 11% nas vendas e no aumento do emprego nas PME. O *Trade Council* colabora com a Agência de Crédito às Exportações (*Denmark's Export Credit Agency*); um esforço conjunto que é acompanhado pelo Ministério dos Negócios e do Crescimento (*Ministry of business and Growth*). Os programas de promoção das exportações são oferecidos primeiramente por Centros de Desenvolvimento de Negócios Regionais (*Regional Business Development Centres*), aos quais recorrem sobretudo as PME.

A Dinamarca tem 71 embaixadas, 21 Consulados-Gerais e Comissões de Comércio, 6 missões diplomáticas (UE em Bruxelas, NU em Nova Iorque e em Genebra, NATO em Bruxelas, e no Conselho da Europa em Estrasburgo) e 405 cónsules honorários (em especial em áreas ou portos turísticos, que ajudam a resolver emergências)<sup>iv</sup>. As embaixadas da Dinamarca têm diferentes departamentos, entre os quais geralmente um para a diplomacia económica propriamente dita (DE macro) e outro para a diplomacia comercial (DE micro), os quais são incentivados a colaborar regularmente entre si.

Nos EUA, por exemplo, a embaixada da Dinamarca possui um departamento de diplomacia económica<sup>v</sup>. Neste país, por exemplo, o posto reporta sobre políticas sectoriais e de desenvolvimento económico-financeiro dos EUA; sobre a agenda política interna dos EUA; sobre as relações da Embaixada dinamarquesa com o Congresso dos EUA; sobre política comercial internacional e o Acordo de Parceria Transatlântica de Comércio e Investimento (TTIP)<sup>vi</sup>; política económica internacional, o G20 e o Fundo Monetário Internacional (FMI); acompanha questões de segurança internacional no âmbito da energia; e promove políticas económicas dinamarquesas, suas iniciativas e determinações. A tarefa principal do Departamento de Diplomacia Económica, em colaboração com o Departamento Comercial, é aplicar a estratégia de diplomacia económica do governo dinamarquês nos EUA, ou seja, facilitar a política económica internacional da Dinamarca; promover políticas de cooperação bilateral, sectorial e intergovernamental, para melhorar a relação económica transatlântica;

analisar as condições em que os fluxos comerciais bilaterais são efetuados, tanto ao nível das exportações como na forma como estes contribuem para o crescimento económico da Dinamarca<sup>vii</sup>. O departamento de diplomacia económica colabora com uma ampla gama de instituições governamentais e não-governamentais norte-americanas, com vista a preparar intercâmbios e visitas de representantes governamentais da Dinamarca aos EUA. Há colaboração entre departamentos também a outros níveis, pois considera-se que a diplomacia pública e a cultura contribuem para a agenda da diplomacia económica.

Nos EUA, a embaixada da Dinamarca possui um departamento de comércio, Exportação e Inovação (diplomacia comercial)<sup>viii</sup>, que afirma se altamente especializada em setores como: 1) alimentar, agrícola e pescas saúde; 2) farmácia e instrumentos médicos; 3) defesa, segurança nacional e outros mercados e indústrias públicas; 4) Banco Mundial e Banco de Desenvolvimento Interamericano; 5) redes empresariais que promovem contactos e parcerias entre empresas dos EUA e da Dinamarca, tal como o *American-Danish Business Council*.

### **Plano de Ação**

A estratégia governamental para promoção das exportações e diplomacia económica da Dinamarca, é de maio de 2014<sup>ix</sup>. Propõe a alocação de mais DKK 155m para incentivo às exportações e desenvolvimento de esforços no âmbito da diplomacia económica; e identifica medidas consideradas pertinentes neste domínio, tais como:

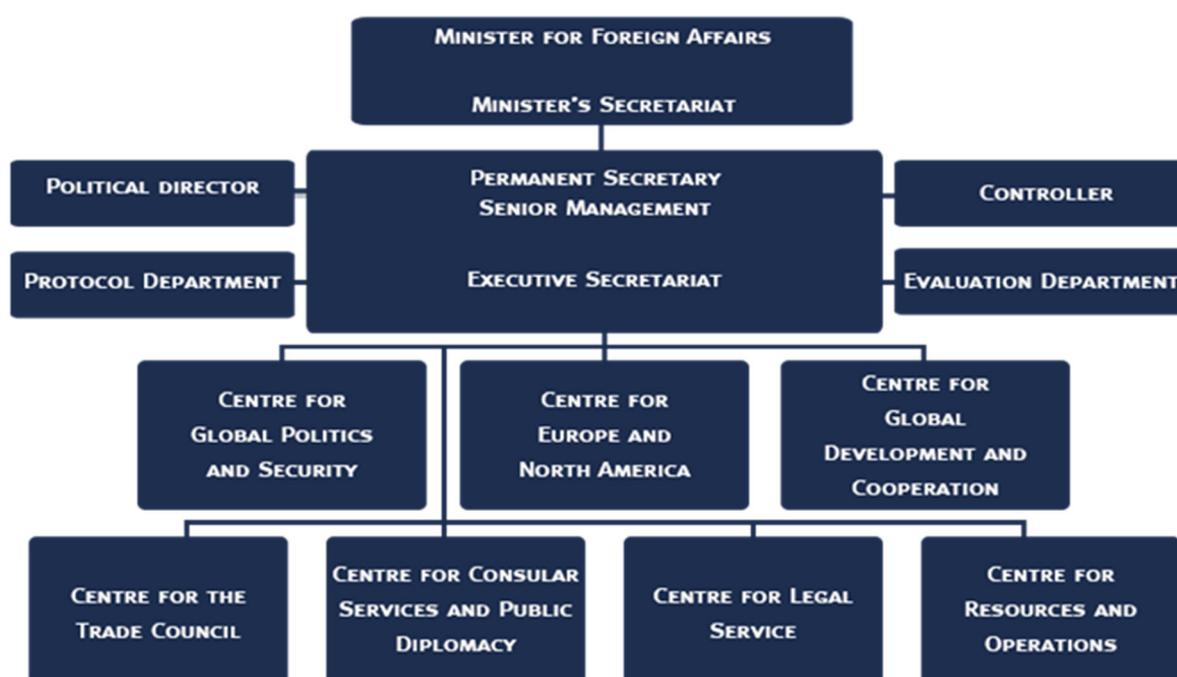
- 1) Facilitar a navegação das empresas nacionais no portal *Eksportguiden.dk*, para acesso facilitado a programas públicos de promoção das exportações;
- 2) Ação mais dinâmica e concreta do *Trade Council*, ao aplicar programas de incentivo à internacionalização e às exportações de longo prazo para PME;
- 3) Aumentar a atividade em países-alvo como a Alemanha, os EUA e o Japão, e em mercados de crescimento rápido (com equipas de 15/20 pessoas);
- 4) Elaborar/aplicar um programa de alto-valor acrescentado para projetos internacionais que possam aumentar em muito as vendas de produtos/serviços dinamarqueses;
- 5) Escolher 17/19 *growth counsellors* (conselheiros de promoção de crescimento), estabelecidos em mercados seleccionados para cooperação com empresas e autoridades locais;
- 6) Obter fundos para cooperação sectorial estratégica com autoridades de outros países, que possam abrir portas às empresas dinamarquesas;
- 7) Dar mais apoio preliminar à internacionalização das empresas nacionais, sobretudo em países em desenvolvimento;
- 8) Reforçar o programa de promoção de *joint-ventures*, mormente em países em desenvolvimento;
- 9) Estender por mais cinco anos (até 2020), o *Export Loan Scheme* sob a *Denmark's Export Credit Agency*, para que as empresas dinamarquesas possam competir por financiamentos e outras oportunidades que possam surgir, mas às quais de outra forma não teriam acesso;

10) Promover atividades ao nível das redes de inovação e torná-las acessíveis, sobretudo às PME;

11) Criar um Novo Fórum Económico, com maior envolvimento da sociedade civil, nomeadamente de centros de investigação e de associações empresariais;

12) Aumentar a cooperação governamental e estabelecer grupos de coordenação interministeriais em prol das exportações e da captação de investimento direto estrangeiro.

### Organigrama<sup>x</sup>



### NOTAS FINAIS:

<sup>i</sup> *Communication Director – Magazine for Corporate Communication and Public Relations* (2016). “The Power of Economic Diplomacy”, February. URL: <http://www.communication-director.com/issues/power-economic-diplomacy#.Vt7jvzWp3ct>

<sup>ii</sup> *Id. Ibid.*

<sup>iii</sup> URL: <http://um.dk/en/tradecouncil/about/strategy>

<sup>iv</sup> *Udenrigsministeren*. URL: <http://um.dk/en/about-us/organisation/the-danish-foreign-service>

<sup>v</sup> URL: <http://usa.um.dk/en/about-us/embassy-of-denmark-in-the-us/department-for-economic-diplomacy>

<sup>vi</sup> TTIP: Transatlantic Trade and Investment Partnership

<sup>vii</sup> Embaixada da Dinamarca nos EUA. URL: <http://usa.um.dk/en/about-us/embassy-of-denmark-in-the-us/department-for-economic-diplomacy>

<sup>viii</sup> Departamento de Comércio, Exportação e Inovação. URL: <http://usa.um.dk/en/about-us/embassy-of-denmark-in-the-us/department-for-trade-export-and-innovation>

<sup>ix</sup> Trade Council Strategy – Growth Package 2014. URL: <http://um.dk/en/tradecouncil/about/strategy>

<sup>x</sup> Organigrama. URL: <http://um.dk/en/about-us/organisation/organisation-chart/>