

Alfredo Bonet Baiget*

LAS PRIORIDADES DE LA PRESIDENCIA ESPAÑOLA DE LA UNIÓN EUROPEA EN MATERIA DE POLÍTICA COMERCIAL

La presidencia española del Consejo de la Unión Europea se inicia en una fase de contracción sustancial de la actividad económica y del comercio internacional, y la política comercial debe contribuir a que el comercio actúe una vez más como motor de la recuperación económica. España se empeñará en lograr ese objetivo a través de la política comercial común de la Unión Europea durante el primer semestre de 2010, que coincidirá con una fase decisiva de las negociaciones comerciales en marcha, con el nuevo marco institucional establecido por la previsible entrada en vigor del Tratado de Lisboa y con el inicio de los trabajos de una nueva Comisión Europea.

Palabras clave: política comercial, Unión Europea, internacionalización, comercio internacional.
Clasificación JEL: F13, F15, O24, Q56.

1. El entorno: la crisis y el comercio internacional

El proceso de globalización de la economía mundial nos ha ofrecido grandes oportunidades para el progreso y la prosperidad: aumento de la competencia, de la productividad, de la innovación, del empleo, mayor actividad inversora internacional; todo ello ha conducido al aumento de nuestro crecimiento y bienestar.

Pero este sistema se ha visto sometido a una dura prueba con la crisis económica internacional que ahora sufrimos, la más grave que ha conocido el mundo desde la Segunda Guerra Mundial, la primera crisis económica de la globalización.

La creciente interdependencia que es consustancial al proceso de globalización nos ha demostrado la alta velocidad con que los impactos se transmiten entre todos los países del mundo. Un *shock* originado en los mercados financieros de los países desarrollados ha terminado generando una grave recesión de alcance global en sólo unos meses.

El comercio mundial no ha sido causa de la crisis ni ha estado en su origen, sino que es una clara víctima. La Organización Mundial de Comercio estima que el comercio de mercancías se reducirá este año en torno a un 10 por 100 en volumen, correspondiente a una caída del 14 por 100 en los países desarrollados y del 7 por 100 en los países en desarrollo.

Esta contracción del comercio mundial se explica esencialmente por la contracción de la demanda mun-

* Secretario General de Comercio Exterior.

dial, provocada en parte por el endurecimiento de las condiciones de financiación. También por las dificultades que este último factor ha impuesto sobre los flujos de financiación del comercio mundial, ya que éste se financia en un 90 por 100. Por último, el comercio se ha contraído más que la producción mundial, lo cual es también reflejo del impacto que la caída de la demanda tiene sobre un modelo de producción cada vez más basado en la fragmentación de los procesos a nivel internacional (el 55 por 100 de los intercambios comerciales en el mundo corresponde ya a productos intermedios)¹.

Los flujos internacionales de inversión directa también se están viendo afectados negativamente, especialmente por la reducción de operaciones de fusiones y adquisiciones.

En esta coyuntura desfavorable es más importante que nunca garantizar el mantenimiento de las condiciones de comercio libre, justo y leal. Las situaciones recesivas son un buen caldo de cultivo de las tensiones y presiones proteccionistas. Queda en nuestra memoria la desgraciada experiencia de la escalada de medidas proteccionistas, de *empobrecimiento del vecino*, que tuvo lugar en los años treinta y contribuyó a prolongar la Gran Depresión.

El riesgo de una nueva proliferación de medidas proteccionistas ha sido patente desde el inicio de la crisis. No en vano los líderes mundiales han asumido y hecho público su compromiso con el libre comercio en las Cumbres del G-20 en Washington y Londres, y en la del G-8 ampliado de L'Aquila, promoviendo una congelación (*stand still*) en la aplicación de barreras al comercio y la inversión, aunque no todos la hayan respetado después².

La Organización Mundial del Comercio (OMC) es el organismo al que los líderes del G-20 encomendaron el seguimiento de la evolución de las medidas proteccio-

nistas, y para ello puso en marcha a finales de 2008 un mecanismo específico de cuyos resultados viene presentando informes trimestrales. Los tres primeros muestran que aparecen medidas de protección y que, probable y desafortunadamente, lo peor está aún por llegar. Las barreras identificadas son tanto de tipo arancelario como no arancelario, algunas de ellas relacionadas con los paquetes de estímulo fiscal y las medidas de apoyo a sectores en crisis que tantos gobiernos han puesto en marcha.

Pero este mecanismo de seguimiento también ha puesto claramente de manifiesto que no nos encontramos en una situación de proteccionismo de alta intensidad, ya que el vigente sistema de comercio multilateral ha actuado de importante muro de contención para que ese tipo de medidas no haya proliferado y desencadenado la tan temida carrera de represalias proteccionistas a nivel global³.

Los datos anteriores dejan claro que el comercio internacional no ha sido responsable de provocar la crisis, pero también que puede y debe actuar como un importante motor de la recuperación económica. De ahí que la apertura de los mercados exteriores a las empresas exportadoras de bienes, servicios y capitales bajo reglas claras y compartidas, es decir, el principal objetivo de la política comercial, deba formar parte de la receta de política económica para remontar esta situación. Eventuales medidas proteccionistas no deben retrasar o estrangular los síntomas de recuperación que ya se atisban en la economía mundial.

El importante papel que la política comercial puede jugar a favor de la competitividad de las empresas europeas quedó claramente de manifiesto en la Comunicación adoptada por la Comisión en 2006, asumida después por el Consejo, denominada *Europa Global compitiendo en el mundo: una contribución a la estrategia de*

¹ El World Trade Report 2009 de la OMC puede descargarse en: http://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/anrep_e/world_trade_report09_e.pdf.

² La Declaración de la Cumbre del G-20 en Londres puede verse en: <http://www.londonsummit.gov.uk/en/summit-aims/summit-communicue/>

³ Ver palabras del director general de la OMC, Pascal Lamy, en la siguiente dirección: http://www.wto.org/english/news_e/news09_e/tpr_13jul09_e.htm

*crecimiento y empleo de la UE*⁴. En ella se destaca y argumenta que la Agenda de Lisboa, de carácter interno, debe complementarse con una dimensión externa que contribuya a aumentar la competitividad de las empresas europeas en el mercado global a través de la utilización de los instrumentos de la política comercial. Esta Comunicación, junto a sus desarrollos posteriores, constituye la hoja de ruta y estrategia actual de la política comercial europea.

2. La importancia de la presidencia en la política comercial de la Unión Europea

El conjunto de la Unión Europea fue en 2007 responsable del 19 por 100 del comercio internacional (17 por 100 del de bienes y 27 por 100 del de servicios), constituyéndose como el primer exportador y el segundo importador mundial, así como en el principal emisor y receptor de inversión directa a nivel global (la UE posee el 33 por 100 y acoge el 29 por 100 del *stock* de inversiones mundiales)⁵.

La política comercial, como política común, es competencia exclusiva de la Unión Europea y se lleva a cabo en el marco de los principios y objetivos de su acción exterior. Así, la Comisión Europea negocia bajo mandato del Consejo de Ministros, que supervisa la evolución de las negociaciones y debe aprobar el resultado final. En esta tarea el Consejo es asistido por el denominado *Comité del Artículo 133*.

La política comercial europea tiene tres dimensiones claramente diferenciadas: la multilateral, a través de su implicación en las labores y negociaciones de la OMC; la bilateral, que se concreta en la negociación de acuerdos comerciales bilaterales y regionales con terceros países; y la unilateral, en que se engloban importantes instrumentos comerciales de apoyo a favor de los países en desarrollo.

Sólo existe, pues, una única política comercial para los 27 Estados miembros de la UE, sobre la que todas las decisiones se toman en Bruselas. De ahí la relevancia de la asunción de la presidencia del Consejo en esta materia respecto a otras políticas que no son comunes y en las que persisten importantes competencias nacionales.

El objetivo y función de la Secretaría de Estado de Comercio, a través de la Secretaría General de Comercio Exterior, consiste en lograr que los intereses españoles estén plenamente recogidos en los intereses generales y posiciones comunes de la UE en el ámbito comercial. A ello dedica un equipo de funcionarios en Madrid, Bruselas y Ginebra que desempeñan una magnífica y apreciada labor a través de una minuciosa y adecuada preparación y activa participación en decenas de reuniones de grupos y comités relacionados con la política comercial en sus múltiples dimensiones.

El Estado miembro que ostenta la presidencia del Consejo de la UE en materia de política comercial se enfrenta a un importante desafío, ya que debe presidir distintas formaciones del Consejo y sus diferentes grupos y comités, realizando un importante esfuerzo para representar los intereses de todos los Estados miembros, en interlocución permanente con la Comisión Europea y con una considerable capacidad de decidir las agendas e influir en las prioridades del semestre.

A este reto se enfrenta la Secretaría de Estado de Comercio en el primer semestre de 2010, tras una ardua e intensa labor de preparación desarrollada desde finales de 2008. Ha sido necesaria una coordinación con las Administraciones comerciales de los otros dos Estados miembros que conforman el Trío de presidencias que, con una duración de 18 meses, se inicia con la española y continúa con las de Bélgica y Hungría. Con ellos se ha acordado el contenido de unos Programas Marco y Operativo conjuntos que guiarán las orientaciones de la política comercial desde enero de 2010 hasta junio de 2011. También se ha celebrado un buen número de reuniones con la Comisión Europea (Comisaría y Dirección

⁴ Disponible en: <http://trade.ec.europa.eu/doclib/html/130376.htm>

⁵ Estadísticas detalladas de comercio exterior de la UE pueden encontrarse en: <http://ec.europa.eu/trade/issues/bilateral/data.htm>

General de Comercio), con la Secretaría del Consejo, con miembros de la Comisión de Comercio Internacional del Parlamento Europeo, además de una adecuada coordinación con la presidencia anterior, Suecia, para asegurar una correcta transición, transmisión y seguimiento de las iniciativas en curso.

Por último, la Secretaría de Estado de Comercio mantiene una permanente interlocución con las asociaciones empresariales y sindicales de cara a la definición y seguimiento de las prioridades de la presidencia. Para ello utiliza, además de los contactos bilaterales en temas sectoriales específicos, la recientemente constituida Comisión Consultiva de Negociaciones Comerciales Internacionales⁶, cuya edición, de otoño de 2009, será la primera dedicada a ese asunto.

3. Un probable nuevo entorno institucional

Con la entrada en vigor del Tratado de Lisboa la presidencia española va a ser la primera en ejercer ese cometido bajo las nuevas reglas que impone el Tratado, que tienen un alcance importante en materia de política comercial. El análisis de estas implicaciones es objeto de otra contribución en este número de Información Comercial Española, por lo que me limitaré a destacar brevemente dos cuestiones.

Por una parte, el Tratado de Lisboa amplía las competencias exclusivas de la Unión Europea en algunas materias de política comercial que ahora corresponden a los Estados miembros, como comercio de servicios, aspectos comerciales de los derechos de propiedad intelectual e industrial, e inversiones exteriores. Por ello, la mayoría de las decisiones en estos ámbitos, que antes requerían su aprobación por unanimidad en el Consejo, ahora únicamente exigirán la aprobación por mayoría cualificada. Los Estados miembros veremos también limitada, previsiblemente, nuestra capacidad para ejercer algunas de nuestras actuales competencias como, por

ejemplo, la negociación y firma de Acuerdos de Protección de Inversiones⁷.

Por otro lado, el tratado asigna al Parlamento Europeo nuevas y mayores competencias en materia de política comercial, dado que se involucrará en las negociaciones comerciales y deberá aprobar el resultado final de las mismas. Ello exigirá una intensa labor de interlocución de la presidencia española no sólo con la Comisión Europea, sino con el Parlamento Europeo a través de su Comisión de Comercio Internacional.

Por último, y al margen de las implicaciones del Tratado de Lisboa, a finales de este año 2009 se producirá también el relevo de la Comisión Europea, por lo que probablemente iniciaremos el semestre de presidencia con un nuevo o nueva titular de la Comisaría de Comercio.

En definitiva, el previsible cambio en el marco institucional que afecta a la política comercial europea, unido al relevo en la Comisión Europea, constituyen un desafío añadido al desempeño de la presidencia española de la UE en esta materia.

4. Las prioridades y objetivos de la presidencia española en política comercial

En las páginas anteriores se ha puesto de manifiesto el entorno internacional desfavorable en que habrá que desempeñar la presidencia. Pero también se ha incidido en el importante papel que el comercio internacional debe jugar como motor de la recuperación económica, como generador de crecimiento económico, empleo y bienestar.

Por ello, durante la presidencia española, España tratará de impulsar al máximo las iniciativas comerciales dirigidas a eliminar las barreras a que se enfrentan los flujos internacionales de bienes, servicios y capitales e impiden el crecimiento del comercio mundial. Se trata de ofrecer a las empresas españolas y europeas mayo-

⁶ Ver <http://www.boe.es/boe/dias/2008/08/06/pdfs/A33620-33621.pdf>

⁷ Ver artículo 207 de la versión consolidada tras el Tratado de Lisboa en: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2008:115:0047:0199:ES:PDF>

res oportunidades de negocio a través de una mayor apertura de los mercados internacionales, promoviendo en paralelo la inserción de los países más pobres en el mercado global para favorecer su desarrollo.

El lema de la presidencia en materia de comercio será el de «Más oportunidades comerciales con menos barreras», y los objetivos priorizados para la presidencia española en materia de política comercial son los que se desarrollan brevemente a continuación.

1) Avanzar de manera decisiva en las negociaciones de la Ronda Doha de la OMC y concluir el acuerdo de modalidades de negociación

La conclusión de las negociaciones de la Ronda de desarrollo de Doha supone la principal prioridad de la presidencia española en política comercial. Esta negociación, que tiene por objetivo liberalizar sustancialmente el comercio mundial teniendo debidamente en cuenta los intereses de los países más pobres y reforzando las reglas multilaterales que lo regulan, ha atravesado múltiples dificultades a lo largo de los últimos ocho años, la última cuando se bloqueó un posible acuerdo al alcance de la mano en la Reunión Ministerial de la OMC de julio de 2008 en Ginebra.

Los comunicados de los líderes del G-20 de Washington y Londres instan a concluir las negociaciones de la Ronda Doha lo antes posible, mientras que el comunicado del G-8 ampliado de L'Aquila establece como objetivo concluir las negociaciones en 2010⁸, y los negociadores han asumido ese compromiso colectivo.

Se trata de enviar las señales correctas estableciendo el marco comercial más adecuado para favorecer la recuperación económica de los próximos años. Se reconoce que el mejor antídoto contra el proteccionismo sería un acuerdo en la Ronda, que enviaría además una

fuerte señal política sobre la capacidad de los gobiernos para ponerse de acuerdo en los principales asuntos que afectan a la gobernanza económica mundial. Problemas globales requieren soluciones globales.

El director general de la OMC, Pascal Lamy, ha marcado un intenso trabajo técnico para otoño de 2009, que deberá tratar de resolver las no pocas dificultades que aún persisten y combinarse y acompasarse adecuadamente con el compromiso político necesario para alcanzar un acuerdo. Entre el 30 de noviembre y el 2 de diciembre de 2009 se celebrará en Ginebra una Conferencia Ministerial de la OMC, la primera desde la que tuvo lugar en Hong Kong en 2005, que puede constituir un hito decisivo para el avance de las negociaciones.

El semestre de presidencia española será, probablemente, muy activo en las negociaciones de la Ronda Doha, y podría coincidir con un acuerdo en las modalidades de negociación. Este acuerdo es el decisivo paso previo a la conclusión de las negociaciones, ya que incorporará todos los detalles respecto al alcance, niveles, términos y condiciones en que se producirá la liberalización comercial que persigue la Ronda. El paso siguiente y final consiste en que todos los países miembros de la OMC intercambiarán sus listas de compromisos de liberalización elaborados en base al acuerdo de modalidades, que dará lugar a la conclusión de las negociaciones que se producirá unos meses más tarde.

Así, el objetivo de alcanzar un acuerdo de modalidades en la Ronda Doha durante el primer semestre de 2010 constituye un objetivo ambicioso, pero alcanzable, que la Secretaría de Estado de Comercio impulsará decididamente desde la presidencia del Consejo. Este acuerdo deberá ser necesariamente ambicioso, global y equilibrado, y tener debidamente en cuenta los intereses de los países más pobres.

Se estima que un acuerdo en la Ronda Doha podría dar lugar a recortes de aranceles por valor de más de 150.000 millones de dólares anuales, lo que supondría un importante estímulo para que el comercio internacional pueda jugar en los próximos años su tradicional pa-

⁸ La Declaración del G-8 ampliado puede descargarse en: http://www.g8italia2009.it/static/G8_Allegato/G8_G5_Joint_Declaration.pdf

pel como motor del desarrollo y la recuperación económica.

2) Impulsar y/o concluir los acuerdos comerciales bilaterales y regionales en negociación entre la UE y países terceros

La Unión Europea tiene en marcha, simultáneamente, un gran número de negociaciones de acuerdos comerciales con países terceros, con diferentes niveles de avance.

Concluir los Acuerdos de Asociación en negociación con los países de Centroamérica, por un lado, y los países miembros de la Comunidad Andina, por otro, es una de las principales prioridades comerciales de la presidencia española.

Estas negociaciones fueron iniciadas en su día gracias al decidido impulso del gobierno español, ya que no en vano España es, en general, el primer socio comercial e inversor en estos países. Las negociaciones han avanzado rápidamente desde su lanzamiento, si bien han encontrado algunas dificultades. La negociación con Centroamérica ha debido suspenderse temporalmente a causa de la crisis política sobrevenida en Honduras, que debería resolverse adecuadamente en un plazo corto. La negociación con la Comunidad Andina tuvo que replantearse hacia un acuerdo multipartito en el que sus países miembros puedan negociar en paralelo y a diferentes velocidades, lo que ha permitido avances sustanciales en los casos de Perú y Colombia, y algo más lentos con Ecuador. La conclusión de ambas negociaciones en el primer semestre de 2010, y su firma durante la Cumbre entre la UE y América Latina y el Caribe que se celebrará en Madrid en mayo, es un objetivo prioritario en el que la presidencia española se empeñará al máximo.

También impulsaremos las negociaciones del acuerdo de asociación con Mercosur, que se encuentran congeladas desde hace unos años a la espera de la evolución de las negociaciones de la Ronda Doha. En los primeros meses de 2010 puede abrirse una ventana de oportunidad para retomar y cerrar esas negociaciones

que, de producirse, no podemos desaprovechar. Sin embargo, la perspectiva de concluir las durante la presidencia española parece, dadas las circunstancias, excesivamente optimista.

También durante el semestre trataremos de imprimir mayor velocidad a las otras múltiples negociaciones de acuerdos comerciales bilaterales en curso. Desde las que más tiempo llevan, como la del Consejo de Cooperación del Golfo o la profundización de los acuerdos con los países mediterráneos en el marco del proceso ahora denominado Unión para el Mediterráneo, hasta las más recientes como India, países de ASEAN, Ucrania, Libia o Canadá.

También es prioritario impulsar el estrechamiento de las relaciones económicas entre EE UU y la UE aprovechando las posibilidades que ofrecen los mecanismos existentes en el ámbito del Marco Económico Transatlántico, especialmente las reuniones del Consejo Económico Transatlántico y el Diálogo Regulatorio de Alto Nivel. Está prevista la celebración de una Cumbre UE-EE UU en Madrid durante la presidencia en la que nos esforzaremos para obtener los máximos resultados para reforzar las relaciones económicas con un país que, conjuntamente con la UE, representan ya el 60 por 100 del PIB y el 40 por 100 del comercio mundiales.

3) Reforzar la Estrategia de Acceso a los Mercados

Esta estrategia fue lanzada hace pocos años como consecuencia de la ya citada Comunicación *Una Europa global compitiendo en el mundo*. La Estrategia de Acceso a los Mercados es una respuesta a la proliferación de barreras al comercio en muchos de los mercados de interés para las empresas europeas. A las tradicionales barreras arancelarias, que se reducirán con el deseado acuerdo en la Ronda Doha y a través de los acuerdos comerciales bilaterales, se unen otras muchas, cada vez más complejas y sofisticadas, como obstáculos técnicos, barreras sanitarias y fitosanitarias, falta de protección a los derechos de propiedad intelectual.

tual e industrial, limitaciones a la inversión, barreras al comercio de servicios, restricciones a la exportación de materias primas y productos energéticos o dificultades al acceso a los mercados de compras públicas. Sobre estas cuestiones existe, en mayor o menor medida, un marco jurídico de derechos y obligaciones en el seno de la Organización Mundial del Comercio, que hay que respetar. Pero para su exigibilidad, estas barreras deben ser detectadas, percibidas como tales y transmitidas por los cauces adecuados con el fin de proceder a realizar las actuaciones oportunas de cara a su eventual eliminación.

Para ello se ha puesto en marcha un mecanismo de colaboración entre la Comisión, los Estados miembros y los sectores empresariales con objeto de acometer conjuntamente esa ardua tarea. España está participando activamente en esta Estrategia de Acceso a los Mercados tanto a través de los grupos que se reúnen regularmente en Bruselas como gracias a la involucración creciente de la red de Oficinas Económicas y Comerciales en el exterior. También hemos contribuido a este objetivo a través de la creación del nuevo Portal de Barreras al Comercio, que incluye una relación permanentemente actualizada de las barreras a que nuestras empresas se enfrentan en el mundo clasificadas por países y sectores, así como un cuestionario *on-line* para facilitar la comunicación de otras nuevas⁹.

España impulsará esta iniciativa conjunta durante la presidencia, ya que los primeros resultados ya han demostrado su gran potencial para abrir mercados a nuestras empresas.

4) Avanzar en la negociación de un Tratado Internacional para el Comercio de Armas

Se trata de una iniciativa que se remonta a 1997 con el objeto de negociar un Tratado Internacional para el Comercio de Armas que se constituya como un instrumento

jurídicamente vinculante para controlar las exportaciones de armas a nivel mundial. Sus objetivos son plenamente coincidentes con los del gobierno español, por lo que España fue uno de los 117 países copatrocinadores de esta iniciativa, aprobada en 2006 en la 61.^a Asamblea General de Naciones Unidas. También España es uno de los 28 países representados en el Grupo de Expertos Gubernamentales que se reúnen desde entonces para analizar su viabilidad, alcance y parámetros. Y es también uno de los 114 países patrocinadores de la Resolución de Naciones Unidas adoptada en su 63.^a Asamblea, en 2008, para crear un Grupo de Trabajo para la elaboración de ese instrumento jurídico vinculante que establezca normas internacionales comunes para la importación, exportación y transferencia de armas convencionales¹⁰.

El camino no está siendo fácil, ya que los 25 países que no participan aún en esta iniciativa representan alrededor del 58 por 100 del comercio mundial de armas, según datos de SIPRI. España intentará también impulsar este proceso durante su presidencia del Consejo de la UE.

Conviene recordar, en este ámbito, que España acaba de actualizar su legislación de control en esta materia a través de la entrada en vigor de la Ley 53/2007, de 28 de diciembre, sobre Control del Comercio Exterior de Material de Defensa y Doble Uso y de su Reglamento de desarrollo aprobado por RD 2062/2008, de 12 de diciembre. Ello coloca a España como uno de los países que cuentan con una normativa de control más moderna y avanzada.

5) Alcanzar el objetivo de Ayuda para el Comercio de la UE y sus Estados miembros

La Ayuda para el Comercio es la ayuda al desarrollo que se ofrece en apoyo a los esfuerzos de los países más desfavorecidos para aumentar su capacidad de co-

⁹ Puede ser consultada en la página: www.barrerascomerciales.es

¹⁰ Mayor información en: <http://www.un.org/disarmament/convarms/ArmsTradeTreaty/html/ATT.shtml>

merciar y contribuir así a su crecimiento. Se trata de facilitar las reformas necesarias para que los países en desarrollo puedan aprovechar las oportunidades que ofrece la apertura de los mercados mundiales, reconociendo que la liberalización comercial es una condición necesaria, pero no suficiente, para promover el desarrollo a través del comercio.

En la Conferencia Ministerial de la OMC en Hong Kong, en 2005, la Unión Europea se comprometió a incrementar su Ayuda para el Comercio hasta los 2.000 millones de euros en 2010, de los que 1.000 serían aportados por la UE y otros 1.000 por sus Estados miembros.

España ha asumido este compromiso y ha puesto en marcha los necesarios mecanismos para una estrecha colaboración entre la Secretaría de Estado de Comercio y la Secretaría de Estado de Cooperación para alcanzar ese objetivo. Así, en 2007 España canalizó ya más de 80 millones de euros en concepto de Ayuda para el Comercio, y esta categoría aparece ya como una de las incorporadas en el vigente Plan Director de la Cooperación Española. La Secretaría de Estado de Comercio ha realizado aportaciones crecientes a los fondos de Ayuda para el Comercio gestionados por el Marco Integrado Reforzado, la OMC, la UNCTAD y el Centro de Comercio Internacional.

2010 es el año en que la UE debe lograr su objetivo demostrando su compromiso, que está al alcance de la mano. Entonces se conocerán los datos oficiales de Ayuda para el Comercio otorgada en 2008, con los que se prevé que el objetivo pueda haberse ya alcanzado. La presidencia española de la UE colaborará activamente para impulsar esta iniciativa.

6) Avanzar hacia la conclusión del Acuerdo Comercial Contra la Falsificación (ACTA)

La falta de respeto a los derechos de la propiedad intelectual e industrial en algunos países se ha convertido en una de las barreras al comercio que más negativamente afectan a nuestras exportaciones.

Por ello, la UE está negociando desde 2008 un acuerdo comercial plurilateral de lucha contra la falsificación (*Anticounterfeiting Trade Agreement*, ACTA) con el fin de mejorar la observancia de los Derechos de Propiedad Intelectual (DPI) en el ámbito del comercio exterior con EE UU, Japón, Suiza, Canadá, Australia, Nueva Zelanda, Corea, México, Marruecos y Singapur.

Hasta el momento se han celebrado cinco rondas de negociación, la última en julio de 2009 en Rabat, y la próxima prevista para noviembre en Seúl. Se ha avanzado lentamente, pero, a pesar de ello, se mantiene el objetivo de concluir las negociaciones en 2010.

Siendo conscientes de las dificultades que aún persisten para concluir las negociaciones en ese plazo, la presidencia española impulsará el proceso con ánimo de lograr el objetivo.

7) Impulso a la revisión de las normas del Consenso OCDE sobre Crédito a la Exportación

La financiación de operaciones de internacionalización ha sufrido un ajuste severo como consecuencia de la traslación a este sector de los problemas derivados de la crisis financiera internacional. Existe, por ello, un compromiso de colaboración para ampliar en lo posible el apoyo de las agencias de crédito a la exportación en el marco del Consenso de la OCDE. La presidencia española realizará un seguimiento puntual de la coyuntura económica y promoverá el intercambio de información entre los Estados miembros para proponer, en caso necesario, una eventual flexibilización temporal de las medidas del apoyo oficial al crédito a la exportación.

Otro objetivo prioritario será la negociación del ámbito de aplicación del Anexo IV del Consenso OCDE en pro de la inclusión de sectores relacionados con la lucha contra el cambio climático, asumiendo compromisos asumidos por España en el marco del Protocolo de Kyoto, y de la Unión Europea por todos los Estados miembros. Mejores condiciones financieras para el crédito a la exportación con apoyo oficial promoverían la exporta-

ción de tecnologías limpias, minimizando los costes de reducción de emisiones.

También en el semestre español se negociará un nuevo sistema de primas a pagar por los asegurados por la cobertura de las agencias de crédito a la exportación en base a principios de eficiente gestión del riesgo, cuestión a la que habrá que dedicar atención especial en el Grupo de Crédito a la Exportación de la UE por incidir en la competitividad de nuestras operaciones de internacionalización. Además, la negociación en marcha de un sistema de primas mínimas específico para las operaciones de exportación de buques, tras la reforma del Acuerdo sectorial en 2007, es de especial importancia a fin de poder asegurar condiciones de comercio leal a la importante industria de construcción naval española.

5. Otros asuntos relevantes durante la presidencia española

La nueva Comisión deberá publicar su Programa de Trabajo para los cinco próximos años, que incorporará un apartado referido al futuro de la política comercial de la UE. También se espera que, durante la presidencia española, se acuerde la revisión de la Estrategia de Lisboa a partir de 2010. Es previsible, pues, que la Comisión presente una revisión de la Comunicación *Europa Global compitiendo en el mundo*, con el fin de actualizar las prioridades de la agenda de política comercial europea a la luz del impacto de la crisis económica mundial y tras la deseada conclusión de las negociaciones de la Ronda Doha.

Otra cuestión interesante será la definición del marco de relaciones económicas y comerciales que la UE desea promover con los principales países desarrollados, tras la previsible conclusión del acuerdo con Corea del Sur y el rápido avance esperado en las negociaciones ya iniciadas con Canadá, Japón y EE UU, son las asignaturas pendientes para el futuro.

El primer semestre de 2010 será también el período en que deberá clarificarse la nueva distribución de competencias entre la Comisión y los Estados miembros

como consecuencia de la entrada en vigor del Tratado de Lisboa, especialmente en lo que respecta a las inversiones exteriores.

Se espera también una intensificación de los debates en torno a la interrelación e interacción de la política comercial con otras políticas. La cuestión de mayor actualidad será el análisis del impacto que los resultados de la Conferencia de Naciones Unidas sobre Cambio Climático, de diciembre en Copenhague, puedan tener sobre el comercio internacional y las reglas que lo gobiernan. La política comercial del futuro debe ser plenamente consistente con los objetivos medioambientales y contribuir a alcanzarlos, evitando a la vez que la política medioambiental choque con los objetivos de la política comercial. Se trata de buscar la necesaria coherencia.

Una mayor implicación de las cuestiones energéticas en la política comercial también es un tema de gran actualidad, así como el papel que ésta puede desempeñar para garantizar el acceso a materias primas y productos intermedios. La gran dependencia energética de la UE, en el primer caso, y el hecho de que dos tercios de las importaciones de la UE (excluyendo la energía) no son productos terminados, son razones de peso para profundizar en la aportación que la política comercial puede realizar en esos ámbitos.

Las cuestiones relacionadas con las barreras al comercio que impone la falta de respeto a los derechos de propiedad intelectual e industrial, la discriminación frente a suministradores extranjeros en el ámbito de las compras públicas o las medidas dirigidas a preservar la seguridad nacional, son otras cuestiones que precisan de creciente atención y dedicación. A ellas debemos añadir las implicaciones entre la liberalización comercial y el respeto a los derechos sociales y laborales, cuestión cada vez más presente en las negociaciones comerciales internacionales entre países desarrollados y países en desarrollo.

Por último, el fortalecimiento del papel de la OMC en el mundo y la mejora de su legitimidad, transparencia y funcionamiento, cuestiones que se abordarán en la Conferencia Ministerial de finales de 2009, centrará una

parte de la agenda de política comercial europea y mundial a principios de 2010.

6. Conclusión

La historia nos demuestra cómo las fases de mayor auge en el crecimiento de la economía mundial han estado vinculadas a períodos de notable expansión del comercio mundial. También para España es evidente que el sector exterior ha constituido un importante motor del crecimiento económico y de recuperación tras los períodos de crisis.

Superar las actuales condiciones económicas y financieras constituye un importante desafío global, europeo y español. La política comercial puede ofrecer parte de la respuesta, contribuyendo decisivamente a mantener los mercados mundiales abiertos para garantizar que el comercio y las inversiones internacionales sigan fluyendo e impulsando el crecimiento y el desarrollo de los países, especialmente de los más pobres. No en vano la recuperación de nuestra economía, por su elevado nivel de apertura e integración en el sistema global, depende

en buena medida del crecimiento de nuestros principales socios comerciales.

El alcance de la política comercial se ha expandido enormemente en los últimos años. La opinión pública ya no se preocupa sólo por el impacto de la liberalización comercial sobre los sectores productivos afectados, sino por su incidencia en ámbitos diferentes como el medioambiental, el social, la salud o la protección del consumidor. Ello ha llevado a exigir, cada vez más, a la política comercial que promueva y garantice que el comercio contribuya al desarrollo sostenible.

España afronta la presidencia del Consejo de la UE con el compromiso de contribuir a poner la política comercial al servicio de la recuperación económica, del crecimiento y del empleo. Para ello impulsará todas aquellas iniciativas que permitan ofrecer más oportunidades de negocio a nuestras empresas a través de una mayor apertura de los mercados mundiales a sus exportaciones de bienes, servicios y capitales, con el compromiso de respetar plenamente los objetivos de desarrollo y medioambientales que nos asegurarán la sostenibilidad del crecimiento de nuestra economía en el largo plazo.