

ECONOMÍA EXTERIOR



Verano 2006. Núm. 37

Carta a los lectores

5

■ Una hora con Pascal Lamy 7

Darío Valcárcel y Fátima Valcárcel

Pascal Lamy, director general de la OMC, se enfrenta al reto de cerrar la ronda de Doha con éxito. Para ello, los 149 miembros de la organización deberán aprobar por consenso la Agenda del Desarrollo, antes de 2007. Sobre todo Lamy se ha convertido, por méritos propios, en el gran coordinador del comercio planetario.

■ El G-20 en la ronda de Doha

15

Celso Amorim

El G-20, nacido en Cancún en 2003, se sitúa en las negociaciones de la ronda de Doha al mismo nivel que Estados Unidos y la Unión Europea. El grupo defiende la liberalización del sector agrícola para poder alcanzar un acuerdo amplio en el marco de la OMC.

■ El comercio internacional de productos agrarios 21

Elena Espinosa

El comercio agrícola representa solo el 10% del comercio mundial, pero juega un papel relevante en la ronda de Doha de la OMC debido a las peculiaridades de la agricultura. El resultado de estas negociaciones es importante para España, especialmente por las decisiones que puedan afectar a la política agrícola común (PAC).

■ Para entender la OMC y la ronda de Doha 28

Fernando Rodrigo

La ronda de Doha ya ha conseguido avances en materia de comercio agrícola, pero esos progresos siguen todavía sin delimitarse. De la capacidad negociadora de los países en desarrollo, más importante que nunca desde la creación del GATT, dependerá el resultado final.

■ **El comercio de mercancías desde que se creó la OMC** 39

M. Madrid, S. Vela y J. Muñoz

La evolución reciente del comercio internacional se caracteriza por la estabilidad de sus principales actores, con la excepción de China. En la última década, el país asiático ha irrumpido como uno de los protagonistas en el comercio mundial.

■ **El comercio internacional de servicios** 55

Fernando Barciela

Las economías del Norte más avanzado del mundo (Europa y Estados Unidos) se componen esencialmente de servicios. Sin embargo, el comercio mundial de servicios avanza a un ritmo menor del previsto.

■ **La propiedad intelectual y el desarrollo económico** 67

Mauro F. Guillén

La protección de la propiedad intelectual genera debates. Uno de los principales se centra en dónde situar el punto de equilibrio entre la promoción o la defensa de las empresas que invierten en I+D y el beneficio que reporta a la humanidad.

■ **Acuerdos comerciales regionales** 75

Juan Tugores

Los acuerdos comerciales regionales se multiplican mientras los principios de la OMC defienden el multilateralismo y la no discriminación. De cómo evolucionan ambas formas de entender el comercio mundial y de su complementariedad depende el futuro.

■ **El comercio es mejor que la guerra** 83

Luis Alcaide

Donde hay comercio no hay guerra: el aforismo suele reflejar la realidad. Comerciar ¿es lo contrario del desinterés, de los principios? A veces no. Comercio significa civilización, paz. En ocasiones, decir guerra es decir crueldad y mentira.

■ **La inversión ética: ¿Es factible y eficaz?** 93

Andreas Follesdal

El gobierno de Noruega apuesta por un fondo de pensiones para ahorrar parte de los ingresos que el país genera hoy y disponer de ellos en el futuro. La gestión del mismo está controlada por un Consejo que trata de evitar acciones contrarias a la ética.

■ **El petróleo y la economía global** 103

Uwe Ketelsen y Simon Rubinsohn

A diferencia de lo ocurrido en las pasadas crisis del petróleo, la economía mundial no se ha visto irreversiblemente dañada por las últimas subidas de los precios del crudo. El aumento de la demanda global es una de las causas.

■ **Política comercial española en el marco de la UE** 111

Alfredo Bonet

El objetivo prioritario de la política comercial europea y española durante 2006 es avanzar en todos los frentes de las negociaciones de la ronda de Doha, tras los limitados resultados de la Conferencia Ministerial de la OMC celebrada en Hong Kong en diciembre de 2005.

■ **Participación de España en el comercio mundial** 119

Balbino Prieto

Desde los años ochenta, el comercio exterior español ha aumentado notablemente. Sin embargo, las tasas reflejan que todavía existe un amplio margen de crecimiento dentro del comercio mundial.

■ **La imagen de España y el comercio exterior** 129

Javier Noya

La imagen de España en el exterior ha mejorado en los últimos años, pero se ve dañada por la falta de contribuciones a la ciencia o a la tecnología y por el comercio.

■ **El sector 'duty-free' evolución y perspectivas** 138

Javier Gómez-Navarro

Tras un periodo prolongado de desarrollo en un entorno estable y relativamente poco sofisticado, el sector 'duty-free' se ha visto obligado a modernizarse.

■ **Comercio electrónico y comercio internacional** 147

Steve Smithson

La definición y la dimensión del comercio electrónico plantean problemas a la hora de delimitarse. Sin embargo, existe un cierto consenso en que con él se ha facilitado el comercio de mercancías.

■ **Comercio justo: ¡cambiando el mundo!** 157

Carol Wills

Actualmente, el comercio justo se asume como un movimiento a favor de relaciones comerciales distintas, pero aún existe un importante desconocimiento sobre sus metas.

■ **Documentación: Análisis y previsiones de la OCDE para España** 165

Previsiones económicas para España de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, 23 de mayo de 2006.

Editor

Darío Valcárcel

Consejo editorial

Luis Alcaide, Fernando Delage,
Enrique Fanjul, José Luis Gómez-Navarro, Luis Martí,
Áurea Moltó, José Rodríguez de Pablo

Jefa de redacción, Fátima Valcárcel

Edición, Ángeles Alén, Julia García



©2006. Estudios de Política Exterior SA. Núñez de Balboa, 49 - 28001 Madrid
Tel.: 91 431 26 28 - Fax: 91 577 72 52

www.politicaexterior.com - e-mail: revista@politicaexterior.com

Impreso en Closas-Orcoyen, SL. Polígono Igarsa. Paracuellos del Jarama, Madrid.
ISSN: 1137-4772. Depósito legal: M.35.423-1996