

EE.UU. ataca a la OMC y las megaempresas insisten en imponer sus normas

Por: [Rubén Armendáriz](#)

Globalización, 13 de diciembre 2017

estrategia.la 12 December, 2017

Región: [América Latina, Caribe, EEUU](#)

Tema: [Economía](#)

Como era de esperar, Estados Unidos cuestionó que algunos miembros de la Organización Mundial del Comercio no cumplan las reglas y que el organismo se haya desviado de su objetivo de constituir un marco para las negociaciones comerciales, mientras las megacorporaciones electrónicas presionan para imponer sus condiciones en el comercio electrónico e internet.

Por su parte, los representantes de China y la Unión Europea dijeron que es necesario defender y fortalecer las reglas de la organización, que son cuestionadas por Estados Unidos. "Unámonos y actuemos de verdad para defender la autoridad y eficacia de la OMC", dijo el ministro de Comercio de China, Zhong Shan.

"La OMC debe decidir si su actual estructura de litigación tiene sentido y pensar cómo define a las economías en desarrollo", advirtió Robert Lighthizer, representante estadounidense en la undécima conferencia de la OMC que se celebra en Buenos Aires, quien cuestionó varios aspectos del funcionamiento del sistema que rige el comercio internacional, mientras otros países admitieron que es perfectible y apuntaron que es necesario reforzarlo con el fin de afrontar los desafíos existentes.

Lighthizer afirmó que la organización encara "serios desafíos" y señaló que muchos miembros de la OMC temen que esté "perdiendo su foco esencial en la negociación comercial" en favor de la litigación, durante su intervención en la sesión plenaria de la cita que reúne a los ministros de Comercio de 164 países.

"Demasiado a menudo los miembros parecen creer que pueden obtener concesiones mediante juicios que nunca podrían conseguir en la mesa de negociaciones", criticó el representante estadounidense, quien se preguntó si tiene sentido la actual estructura de arreglos de diferencias.

"Debemos clarificar nuestra comprensión del desarrollo dentro de la OMC. No podemos sostener una situación en la que las nuevas reglas solo pueden aplicarse a unos pocos y que los otros reciban un pase en nombre del autoproclamado estatus de desarrollo", dijo

Lighthizer también consideró que no es posible "sostener una situación en la que las nuevas reglas sólo se apliquen a unos pocos" países mientras que a otros -a los que no mencionó- se les concedan exenciones "en nombre de un autoproclamado estatus de desarrollo".

“Hay algo que está mal cuando cinco de los seis países más ricos reclaman un estatus de países en desarrollo”, sostuvo al respecto. Además afirmó que es imposible negociar nuevas normas si muchas de las existentes no se respetan. “Algunos eluden intencionalmente estas obligaciones”, cuestionó el negociador de Estados Unidos, país que ha sido particularmente crítico con las prácticas comerciales de China.

Lighthizer señaló asimismo que se puede hacer mucho en el seno de la OMC para lograr “mercados más eficientes” y enfocarse en nuevos desafíos como la influencia de las empresas estatales. “Como dijo el presidente (Donald) Trump... estructuras como esta funcionan mejor cuando todas las naciones soberanas que actúan en sus propios intereses se alinean y encuentran la forma de permitir que prosperen todos”, señaló el funcionario estadounidense.

El gobierno de Trump, bajo el lema de “America first” (primero EEUU) ha mostrado una actitud proteccionista y ha señalado reiteradamente que el organismo con sede en Ginebra necesita reformas.

El Financial Times señaló este lunes que las acusaciones de la administración de Donald Trump a la OMC se basan en su opinión de que la creación de la organización en la década del noventa contribuyó a la crisis económica que afectó a muchas comunidades estadounidenses donde se perdieron puestos de trabajo a manos de nuevos competidores de China y otros países.

Funcionarios del gobierno estadounidense sostienen que la OMC no cumplió su mandato de negociar nuevas normas para la economía mundial e impuso aranceles desiguales a Estados Unidos. Sus procedimientos actuales nunca se diseñaron para lidiar con el tipo de capitalismo de estado que China llevó al éxito durante tres décadas, sostienen.

El secretario de Economía de México, Ildefonso Guajardo Villarreal, admitió por su parte que es cierto que el sistema no es perfecto pero afirmó que la única manera de fortalecerlo es trabajar en su desarrollo y apostó por lograr “el compromiso de todos los miembros” y afrontar asignaturas pendientes como la agricultura y la pesca. También instó a definir la agenda del futuro mediante un programa de trabajo para hacer frente a retos como el comercio electrónico, el desarrollo de los nuevos sistemas de servicios y la función de las pequeñas y medianas empresas.

Suiza y más de 40 miembros de la OMC publicaron una declaración conjunta donde expresaron su preocupación por los desafíos que enfrenta el organismo, subrayando el papel del desarrollo sostenible.

El canciller argentino, Jorge Faurie, señaló la importancia de avanzar en los asuntos pendientes de la Ronda de Doha como agricultura, pesca, servicios y desarrollo, y también en otros nuevos como el comercio electrónico, micro, pequeñas y medianas empresas y facilitación de inversiones.

La presidenta de la conferencia ministerial, la excanciller argentina Susana Malcorra, ha indicado que “hay una señal inicial de que quizá pueda haber un acuerdo sobre lo que es pesca ilegal”. Respecto de la agricultura dijo que prevalecen las diferencias sobre los subsidios.

Lobby de los grandes pulpos electrónicos globales

Las megaempresas del sector electrónico -Google, Amazon, Facebook, Apple y Alibaba- buscan forzar la aparición de la regulación laxa de nivel supranacional en la OMC para esquivar, entre otras, potenciales políticas de protección de datos de parte de los Estados nacionales. Las organizaciones no gubernamentales advierten sobre el peligro que existe de la liberalización del flujo de datos electrónicos.

“El comercio electrónico es el futuro. Se consolidará la relación que va desde el consumidor a las empresas y no al revés. Y será a través de paquetes y no de contenedores. Por eso se necesitan normas simples y modernas, diseñadas específicamente”, señaló ayer Jack Ma, CEO y fundador de Alibaba, el portal de comercio electrónico más grande del mundo.

El empresario chino participó del panel de “Facilitación de comercio electrónico”, junto al director de la Organización Mundial del Comercio (OMC), Roberto Azevedo y Richard Samans, del Foro Económico de Davos, después que varias ONGs realizaron una protesta con pancartas en el ingreso de la de la cumbre de la OMC en Buenos Aires, en reclamo ´pp el tema del comercio electrónico y la protección de los datos personales.

“Estamos hablando de la cuarta revolución industrial. Los gobiernos tienen que ser más ágiles”, pidió Samans, en apoyo a Google, Amazon, Facebook, Apple y Alibaba, que buscan crear en la OMC una institucionalidad supranacional en el terreno de los datos y de los servicios online, que es el eje del negocio de estas mega empresas de manejo de datos.

“Los datos, como el nuevo oro, es un recurso muy valorable. Son utilizados para apuntar a determinados consumidores con anuncios, noticias y bienes y servicios, que a su vez crearán nuevos datos”, explicaron en un comunicado una serie de ONG.

Para la Fundación Vía Libre, “la libre circulación de los datos sólo debería ser posible en el marco de un sistema armonizado de garantías de protección de los datos personales, que no puede ser inferior al estándar nacional más exigente. En el plano económico, el libre flujo agravará la situación en que un número muy reducido de corporaciones transnacionales monetizan datos que obtienen en todo el mundo, dejando poco o ningún beneficio económico en los países de donde extraen esos datos”.

Otros puntos de la agenda del comercio electrónico es la eliminación de tarifas y aranceles y el tratamiento de bien nacional a los bienes comercializados de forma digital, además de la habilitación para las corporaciones para operar y obtener ganancias dentro de un país sin necesidad de tener ningún tipo de presencia, ni física, ni como persona jurídica.

El slogan del lobby del comercio electrónico es que favorece las ventas de las pymes y estimula a los emprendedores. “Creo que no estamos haciendo lo suficiente para impulsar el comercio electrónico”, indicó Azevedo. “Este mundo puede modernizarse, simplificarse. Se necesitan políticas de incentivo para el comercio electrónico. Que las pyme paguen menos impuestos si utilizan comercio electrónico. Sí, hay que regular para proteger propiedad intelectual y productos falsificados”, agregó el empresario chino Jack Ma.

Rubén Armendáriz

Rubén Armendáriz: *Periodista y politólogo uruguayo, analista del Centro Latinoamericano de Análisis Estratégico (CLAE, estrategia.la).*

La fuente original de este artículo es estrategia.la
Derechos de autor © Rubén Armendáriz, estrategia.la, 2017

[Comentario sobre artículos de Globalización en nuestra página de Facebook](#)
[Conviértase en miembro de Globalización](#)

Artículos de: [Rubén Armendáriz](#)

Disclaimer: The contents of this article are of sole responsibility of the author(s). The Centre for Research on Globalization will not be responsible for any inaccurate or incorrect statement in this article. The Center of Research on Globalization grants permission to cross-post original Global Research articles on community internet sites as long as the text & title are not modified. The source and the author's copyright must be displayed. For publication of Global Research articles in print or other forms including commercial internet sites, contact: publications@globalresearch.ca

www.globalresearch.ca contains copyrighted material the use of which has not always been specifically authorized by the copyright owner. We are making such material available to our readers under the provisions of "fair use" in an effort to advance a better understanding of political, economic and social issues. The material on this site is distributed without profit to those who have expressed a prior interest in receiving it for research and educational purposes. If you wish to use copyrighted material for purposes other than "fair use" you must request permission from the copyright owner.

For media inquiries: publications@globalresearch.ca