

## **Comercio electrónico y la agenda de las transnacionales**

Sally Burch

El comercio electrónico, uno de los componentes de la nueva economía digital, está en rápido crecimiento. Entre las plataformas de Internet más conocidas en América Latina están Amazon, eBay, Alibaba o Mercado Libre (este último, latinoamericano).

Es atractivo para consumidores por la amplia gama de opciones, facilidad de comparar precios y, a menudo, entrega a domicilio. Para las empresas, permite abrir nuevos mercados, a veces sin límites geográficos. Ofrece también oportunidades para pequeños y medianos productores, una de cuyas principales dificultades es la comercialización.

Se podría pensar que para los países del Sur, sería muy beneficioso desarrollar sus capacidades en este plano. Vale la pregunta, entonces: ¿Por qué una mayoría de países en desarrollo se negaron a abrir negociaciones sobre el comercio electrónico, en la última reunión ministerial de la Organización Mundial del Comercio -OMC-?

### **La economía digital**

Lo que abarca el concepto de comercio electrónico en realidad es mucho más amplio que las tiendas en línea. Comprende la venta o distribución de bienes o servicios físicos, facilitada por medios electrónicos, incluyendo, por ejemplo, la llamada “economía colaborativa” en servicios como transporte o alojamiento (como Uber y AirBnB). Contempla, además, bienes anteriormente físicos que están siendo remplazados por bienes digitales (libros, música); pero también está emergiendo toda un área híbrida, como los diseños digitales de bienes físicos (con opción de personalización) para reproducirlos en impresoras 3D, desde vestimenta, hasta maquinaria y casas e incluso ciertos alimentos o prótesis para el cuerpo humano. También abarca los productos y servicios propios de la economía digital, donde los datos son el bien comerciable, o éstos son utilizados para proveer un servicio, sea en plataformas de la Web o aplicaciones de la inteligencia artificial.

Estamos hablando, entonces, de una parte significativa de la economía actual y que se acrecentará mucho más a futuro. Consecuentemente, cualquier acuerdo comercial que regule (o desregule) el “comercio electrónico” estaría de hecho sentando las bases globales para el conjunto de la nueva economía digital, hacia la cual estamos transitando velozmente, con enormes implicaciones para el modelo económico, el empleo, el desarrollo, la dependencia o soberanía nacional e incluso los derechos humanos. Por lo mismo, requiere de un análisis a fondo y de mucho cuidado, en particular desde la ciudadanía y los países en desarrollo, para no ceder a presiones a cambio de concesiones puntuales.

Justamente, uno de los desafíos de la economía digital es que se presta a favorecer a los actores más grandes, lo que alienta la concentración y la formación de monopolios. Tan es así que amazon.com ya cuenta con el 44% del comercio electrónico en EEUU (2017) y con el 16% a nivel global (2016); mientras que Google y Facebook acaparan el 61% de los ingresos de la publicidad global en Internet, y el 25% del total de los ingresos de publicidad en medios<sup>1</sup>.

### **¿Hacia un acuerdo vinculante en la OMC?**

Es en este contexto que los países desarrollados con mayor capacidad digital han planteado abrir negociaciones en la OMC, buscando un mandato para un acuerdo vinculante sobre comercio electrónico que esperaban concretar en la reunión Ministerial

---

1 Datos de <https://www.statista.com/>

de 2018 en Buenos Aires. No es un tema nuevo: desde hace varios años, se desarrollan discusiones al respecto en un comité del organismo multilateral que no tiene poder de decisión vinculante. La propuesta actual responde fundamentalmente al interés de estos países para reforzar aún más las ventajas de las que gozan sus grandes empresas digitales.

Se trata, en esencia, de desregular el sector, bajo un discurso de “Internet libre”, para que estas empresas puedan tener acceso libre a todos los mercados y aprovecharse sin trabas de los flujos de datos. Para los países con capacidad digital incipiente (incluyendo la mayoría de países en desarrollo), significaría que se vean impedidos de adoptar —ahora o más adelante— las regulaciones que les permitirían defender y fomentar su propio desarrollo soberano y capacidad de competir en esta área.

Este sentido de la propuesta se ve claramente en las cláusulas que EEUU propone incluir en la negociación, muy parecidas a lo que ya se había avanzado en las negociaciones en el marco de TLCs como el Tratado Transpacífico (TPP) y el Acuerdo sobre el Comercio de Servicios (TiSA). Entre éstas se contemplan las siguientes medidas.

- La **habilitación de flujos de datos transfronterizos**. Se trata de prohibir la regulación que muchos países han promulgado para proteger los datos nacionales. Ello va ligado a la **prohibición de barreras de localización o de exigencia de establecer una presencia nacional**.

En la práctica, significaría que las empresas puedan llevar, sin mediar pago alguno, todos los datos personales y de las colectividades, para convertirlos en un commodity para vender o explotar. Implica también que no se podrá exigir que las empresas digitales almacenen los datos en el país donde se generan, bajo el argumento de que significaría costos adicionales de construcción de infraestructura física en cada país.

Pero ello limitaría la capacidad de las legislaturas nacionales para proteger la privacidad de su ciudadanía, ya que se aplicarían las leyes del país donde se almacenan los datos (que en el caso, por ejemplo, de EEUU, protegen poco a su población nacional y aún menos a usuarios extraterritoriales). Asimismo, al renunciar a la posibilidad de regular adecuadamente la extracción, uso y almacenamiento de datos, los países sacrificarán la posibilidad de sacarles provecho para desarrollar su propio sector tecnológico (como la inteligencia artificial).

La no presencia física podría significar un impacto en el empleo o su precarización mediante tercerización o contratación de trabajadores autónomos; además, dificultaría las opciones de recurso legal en casos de incumplimiento de las leyes y derechos de los consumidores.

- **Prohibición de las transferencias forzosas de tecnología**, procesos de producción u otra información de propiedad.

Pero la transferencia tecnológica siempre ha sido una demanda de los países en desarrollo. Prohibir su obligatoriedad significaría perder oportunidades para desarrollar conocimiento y capacidad local, con miras a desarrollar su propio sector tecnológico.

- **Protección del código de fuente crítico**: se prohibiría que un país pueda obligar a las empresas extranjeras a entregar su código fuente o algoritmos patentados a sus competidores; salvo con fines de proteger la salud, seguridad u otras metas regulatorias legítimas.

Esto es particularmente preocupante en el caso de sistemas de inteligencia artificial, que tienen la capacidad de tomar ciertas decisiones autónomamente, mediante algoritmos. Si no se puede saber cómo operan, cómo están programados, difícilmente se podrá pedir rendición de cuentas por decisiones erróneas o garantizar que no tengan un sesgo incorporado.

- ***Garantizar la elección de la tecnología*** por parte de la empresa.

Implica que no se podrá estipular que las empresas deban utilizar tecnología local, lo que desalentaría el desarrollo de capacidad nacional.

- ***La prohibición de aranceles aduaneros para los productos digitales.***

Ya existe, desde hace varios años, un acuerdo de moratoria en la OMC a los aranceles para bienes que se transmiten electrónicamente. Sin duda sería complejo implementar tales aranceles. Pero a medida que cada vez más bienes se desplazan al dominio digital, podría significar una pérdida significativa de ingresos para los países en desarrollo y fomentar la competencia desleal con su producción doméstica. Aceptar una prohibición permanente, sin conocer cómo va a evolucionar el mercado digital, podría ser arriesgado.

### **Negociaciones paralelas**

Previo a la Ministerial en Buenos Aires, viendo que el acuerdo no avanzaba, los países proponentes plantearon algo menos ambicioso, con énfasis en “el comercio para el desarrollo”<sup>2</sup>. Se argumentaba que la negociación favorecería a las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPyMEs). En una óptica similar, meses antes, se creó un grupo de países “Amigos del comercio electrónico para el desarrollo”, coordinado por Costa Rica.

Sin embargo, las MiPyMEs son las que menos podrán competir con las corporaciones transnacionales, que tienen los beneficios de escala, subsidios, infraestructura nacional, avances tecnológicos, etc. Más bien lo que necesitan son regulaciones y políticas nacionales que les den oportunidades de desarrollar su capacidad tecnológica, acceso preferente a mercados y competencias. Ello incluye mejorar la conectividad nacional al Internet, de alta velocidad, incluyendo las áreas rurales; mejorar la eficiencia de la aduana; mejorar los servicios de distribución (correo); políticas arancelarias y crediticias que favorezcan a las MiPyMEs, entre otros aspectos.

Finalmente, una mayoría de países en desarrollo (principalmente los africanos, varios asiáticos, incluyendo India, y el grupo del ALBA en América Latina) se resistieron a dar un mandato de negociación, entendiendo que significaría abandonar el acuerdo previo de no abrir nuevas negociaciones, mientras no culmina la Agenda de Doha para el Desarrollo, y para no dar lugar a nuevos impedimentos para las políticas nacionales.

Toda vez, no se lo puede considerar un asunto cerrado. Las presiones continuarán, tanto en la OMC como en el marco de otras negociaciones comerciales. De hecho, la reciente entrada en vigencia del TPP, por parte de todos los países signatarios menos EEUU, dejó intacto la sección del Acuerdo sobre comercio electrónico.

En la Ministerial de Buenos Aires, unos 70 países (principalmente los que son parte de las negociaciones de TiSA, y también Argentina), adoptaron una declaración conjunta sobre comercio electrónico y desarrollo, donde acuerdan emprender un trabajo conjunto exploratorio hacia futuras negociaciones en la OMC sobre intercambio comercial y comercio electrónico, abierto a todos los países, hayan firmado o no.

---

<sup>2</sup> Ver el artículo de Deborah James en esta edición.

Este grupo realizó su primera reunión, en Ginebra, el 14 de marzo de este año, en la propia sede de la OMC y con presencia de funcionarios de la entidad, a pesar de que la OMC no tiene ningún mandato para llevar adelante tales discusiones. (La OMC solo puede desarrollar negociaciones autorizadas por el conjunto de sus miembros). Participaron 82 países (incluyendo China y Pakistán, entre otros países que no habían firmado la declaración). La sesión fue liderada por Japón, Singapur y Australia. EEUU, que fue el primer impulsor de la iniciativa de negociación, también participó; si bien en los últimos meses había dejado de liderar la iniciativa, como parte de la decisión de Donald Trump de no privilegiar las negociaciones comerciales multilaterales.

Este tipo de negociación en paralelo se está volviendo algo habitual en el marco de la OMC, como un mecanismo para circunvalar los procedimientos formales de la entidad, con la intención de volver con mayor fuerza en la siguiente Ministerial con un acuerdo pre-negociado, donde, en este caso, las MiPYMES serían la carnada para concitar adhesiones.

### **¿Hacia una mayor regulación de Internet?**

El reciente escándalo sobre el uso en campañas electorales de datos proporcionados por Facebook a Cambridge Analytica, con flagrante abuso de la intimidad de los usuarios, ha comenzado a abrir los ojos a legisladores en varios países, incluyendo EEUU, sobre el poder excesivo de los monopolios de Internet. Pero estamos aún muy lejos de soluciones reales de política pública que permitan garantizar el interés público frente a este poder.

El análisis de Stacy Mitchell sobre amazon.com, publicado recientemente en *The Nation*<sup>3</sup>, da indicios de lo que está en juego en el campo del comercio electrónico. Explica el dilema que enfrentan los pequeños y medianos productores para decidir si es mejor tratar de competir desde fuera, o vender sus productos en la plataforma de Amazon, donde es difícil tener éxito debido a que Amazon puede manipular precios y promover productos de una manera que siempre favorece sus propias marcas y ganancias. Más allá de ello, la autora afirma que Jeff Bezos (el fundador y director ejecutivo de amazon.com) “ha diseñado su empresa para un objetivo mucho más radical que simplemente dominar los mercados; ha construido Amazon para reemplazarlos. Su visión es que Amazon se convierta en la infraestructura subyacente en la que se ejecuta el comercio”. Algo similar, en sus respectivos ámbitos, se podría decir de Google y Facebook.

La eventual adopción de medidas vinculantes en la OMC reforzará aún más estas tendencias. No es un asunto para que lo definan “expertos” (generalmente identificados con intereses empresariales). Es un debate que requiere de una amplia participación de la ciudadanía y que tome en cuenta garantías para el desarrollo, la democracia y los derechos humanos. La propia ONU, desde la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información, ha reconocido la importancia de contar con espacios multisectoriales para debatir estos temas. La OMC, desde siempre bastante cerrada a la participación ciudadana (y aún más desde el fiasco que protagonizó Argentina al negar las visas y acreditaciones de participantes de la sociedad civil en la Ministerial), no es para nada un espacio apropiado para ello. Si estas negociaciones prosperan, el futuro de nuestro desarrollo podría estar fuertemente comprometido.

**Sally Burch**, periodista británica-ecuatoriana (ALAI). [@SallyBurchEc](https://twitter.com/SallyBurchEc)

<sup>3</sup> Amazon Doesn't Just Want to Dominate the Market—It Wants to Become the Market, <https://www.thenation.com/article/amazon-doesnt-just-want-to-dominate-the-market-it-wants-to-become-the-market/>

Artículo publicado en la Revista de ALAI *América Latina en Movimiento*, No. 532,  
abril 2018: [Tensiones e impases en la OMC](#)