

Campañas sectoriales: Lecciones aprendidas de la campaña sobre servicios financieros del AGCS

Melinda St. Louis

Public Citizen's Global Trade Watch



1. Identificar el conflicto entre las reglas de comercio y un importante asunto público: la estabilidad financiera luego de la crisis

- **Los gobiernos y las instituciones internacionales se involucraron activamente en discusiones a nivel internacional sobre volver a la regulación financiera luego de la crisis**
- **La ira del público se centró en Wall Street / el casino mundial que llevó a la crisis**
- **Las reglas desregulatorias de la OMC no fueron parte del debate sobre volver a regular**
- **Objetivo de la campaña: Garantizar que no se liberen más servicios financieros en el marco de reglas malas: presionar por que se reviertan las reglas del AGCS en la OMC**

2. Se realizaron estudios analíticos para "fundamentar el caso"

- **Los propulsores del status quo en la OMC afirmaron que no existía ningún conflicto entre la liberalización financiera en la OMC y la desregulación**
- **Lo enterraron con notas al pie para probar que tenían razón.**
- **Se condensó el análisis en puntos que pudieran ser entendidos por especialistas no comerciales**
- **Llegar a validadores para difundir / adherirse al análisis crítico: académicos que contribuyeron con el Informe sobre Comercio y Desarrollo de la UNCTAD, la "Comisión Stiglitz" de la ONU, el G24**

3. Mapeo y llegada a posibles aliados gubernamentales


- **Se identificaron posibles aliados en función de la magnitud de los impactos de las reglas actuales y su tendencia a presionar por una agenda progresiva para volver a regular en términos financieros**
- **Se fundamentó a través de análisis específicos a los países sobre los compromisos del AGCS y los posibles conflictos con los esfuerzos a nivel nacional para volver a regular**
- **En las capitales se llegó a los reguladores (Banco Central, etc.), líderes políticos - se coordinó con la sociedad civil del país para alentar acciones (se proporcionaron informes / educación necesaria)**
- **Se organizaron eventos y se invitó a posibles funcionarios a que hablen para generar aceptación sobre los análisis -se proporcionó asesoramiento técnico permanente a los gobiernos impulsores**

4. Mapeo de los probables opositores gubernamentales

- **Se desarrollaron puntos para contrarrestar argumentos contrarios**
- **Se generaron fuerzas en los países opositores (principalmente Estados Unidos y la UE) para presionar por una postura neutral al menos.**
 - **Se informó a las coaliciones de reforma financiera sobre los riesgos de generar aceptación**
 - **Se manifestaron los reclamos unidos de los sindicatos, las organizaciones de consumidores, a través de cartas para firmar con coaliciones de reforma financiera en momentos estratégicos**
- **Los impulsores se reunieron en organismos legislativos (a nivel nacional y subnacional) y agencias de regulación para hacer reclamos al Poder Ejecutivo de forma pública y/o privada**
- **Se expusieron públicamente en los medios a los gobiernos opositores en momentos clave (por ejemplo, columna en el**

5. ¡Coordinar, coordinar, coordinar!

- **Expertos técnicos de la sociedad civil trabajaron de forma cercana con los gobiernos impulsores para hacer avanzar las propuestas en función de nuestros objetivos y la realidad política del momento**
- **Se apoyaron campañas nacionales en países objetivo - países impulsores, países que apoyan y países opositores con reclamos de la sociedad civil específicos para cada uno**
- **Personas designadas de las campañas nacionales compartieron información y necesidades y desarrollaron estrategias mundiales coordinadas en momentos importantes (a través de la lista de correo electrónico y conferencias telefónicas): Apoyar las propuestas de los impulsores en la OMC, neutralizar la oposición a las propuestas**



**Melinda St. Louis, Directora de
Campañas Internacionales
Public Citizen's Global Trade Watch**

**+1-202-454-5192
mstlouis@citizen.org**