



Universidad de los Andes

MARÍA CECILIA CIFUENTES H.
DIRECTORA EJECUTIVA CENTRO ESTUDIOS FINANCIEROS

“Consumidores del mundo, ¡uníos!”

El Líbero
13 de julio de 2018

Esta vez Trump cumplió sus amenazas, inició la nefasta guerra comercial. Supuestamente su objetivo es lograr un comercio más justo y libre en el mundo, pero por ahora vamos en la dirección exactamente inversa, y no sabemos aún cuanto camino seguiremos avanzando, perdón, retrocediendo. ¡Esto es un gran paso atrás para el mundo!

Sin duda, el gran progreso de la humanidad en los últimos dos siglos se explica por el intercambio, no sólo de bienes, servicios y factores, sino también de ideas. Somos la única especie que tiene esta facultad, y la globalización no es otra cosa que el intercambio generalizado a todas las esferas de la vida. Mientras más facilitemos y abaratemos ese proceso, mejor estaremos. ¿Pero quiénes estaremos mejor? ¿Por qué se habla tanto de los perdedores de la globalización?

Lo primero que hay que tener claro, y que suele olvidarse, es que los consumidores ganan mucho con el proceso. ¡Y todos somos consumidores! Lo que ocurre es que vivimos ese proceso sin darnos cuenta cómo nos va haciendo más ricos. ¿Sabía por ejemplo que en los últimos diez años los precios del vestuario y calzado en Chile han caído más de un 50%? ¿Y que el equipamiento de la vivienda se ha hecho un 20% más barato? Y más impresionante aún, el costo de los equipos telefónicos, probablemente el artículo que más usamos, equivale ahora a sólo un 10% de lo que era hace una década. La contrapartida obvia es un aumento de nuestra capacidad de gasto en otros bienes, con la evidente mejoría en bienestar.

¿Por qué esto no lo vemos? Porque sentimos que es más importante nuestro rol en el proceso productivo que en el de consumo, y en ese primer rol obviamente hay amenazas: la competencia, que nos obliga a ser más productivos y eficientes, y que quisiéramos evitar. Puede ser que el lobby logre mayor protección, como de hecho perciben algunos productores y trabajadores americanos, pero terminarán pagando un costo más elevado en su rol de consumidores. Basta recordar, los que en algo lo vivimos, cómo era la calidad de los bienes y servicios en Chile antes de que se abriera la economía, y cómo al viajar se podía descubrir un mundo infinitamente mejor para los consumidores de países desarrollados, inalcanzable para nosotros en esos años. Todo como consecuencia de un sector productivo ultra protegido.

Trump está completamente equivocado cuando plantea que su país pierde por tener aranceles más bajos que sus socios. ¡Sus consumidores ganan con esa política! ¿O acaso nuestro país cometió un error con su apertura comercial unilateral hace 40 años?

El costo de seguir avanzando en esta guerra comercial va mucho más allá de tener que pagar más por los bienes finales. El presidente americano también parece olvidar que ya no existe el “Made in ...”, sino que cada producto final es el resultado de cadenas de suministros en que participan muchos países simultáneamente. Probablemente el mayor daño de los aranceles termine siendo el encarecimiento de todas estas cadenas productivas, con un efecto aún mayor en el precio de los bienes finales. Y por supuesto que el efecto no es sólo en precios, también en volúmenes, con lo que se termina por dañar, y no poco, el crecimiento mundial.

La esperanza de que esto se detenga y se logre revertir depende del apoyo interno que logre Trump con sus medidas, es decir, depende de que los consumidores americanos se den cuenta de que salen perdiendo. La causa de la apertura comercial nunca ha sido popular entre los productores, y si se logró en las últimas décadas fue porque tuvimos los liderazgos políticos que vieron los beneficios para los consumidores. Trump parece no verlos, y por eso, tenemos que ser los consumidores los llamados a defender nuestro derecho a comprar bienes y servicios buenos, bonitos y baratos.