Nacidos para comerciar

Carlos Lozada

- ***European Economic Review,***
  vol. 49, nº 6, agosto de 2005,
  Amsterdam (Países Bajos)

Podemos perdonar a los ministros de Comercio de cualquier parte del mundo por adornar sus currículos. Aunque ya están acostumbrados a los chascos, su trabajo parece un reto especialmente difícil en los últimos tiempos. La reunión de la Organización Mundial del Comercio en Hong Kong en diciembre pasado produjo pocos progresos, puesto que las conversaciones para avanzar un poco más en la liberalización del comercio se atascaron en el acceso a los mercados de los productos agrícolas y en la protección de los servicios.

De Washington a París, los políticos temen que las empresas extranjeras adquieran bienes nacionales "estratégicos". Incluso el Tratado de Libre Comercio con Centroamérica, un pacto entre Estados Unidos y un puñado de pequeñas economías latinoamericanas, suscitó un amargo debate en el Congreso estadounidense antes de ser aprobado por los pelos en la Cámara de Representantes el verano pasado, con 217 votos a favor y 215 en contra.

Una de las paradojas de la economía global es que, incluso con los tropiezos en las negociaciones internacionales y la fuerza cada vez mayor del proteccionismo, el comercio mundial está en alza

Una de las paradojas de la economía global, sin embargo, es que, incluso con los tropiezos de las negociaciones internacionales y la fuerza cada vez mayor del proteccionismo, el comercio mundial está en alza. Las exportaciones globales crecieron más de un 6% anual durante los años 90 y, de pronto, en 2004 saltaron al 9%, en ambos casos superando con mucho el crecimiento económico.

¿Cómo se reconcilia el auge del sentimiento proteccionista con el aumento continuado del comercio? Los economistas Anna Maria Mayda, de la Universidad estadounidense de Georgetown, y Dani Rodrik, de Harvard, arrojan cierta luz sobre esta cuestión con su enigmático artículo ‘¿Por qué algunas personas (y algunos países) son más proteccionistas que otros?’, en el número de agosto de *European Economic Review*.

Haciendo uso de dos enormes estudios demográficos y de opinión realizados en los años 90 (el Programa Internacional de Encuestas Sociales y la Encuesta Mundial de Valores), que incluían a miles de entrevistados en docenas de países ricos y pobres, Mayda y Rodrik buscan las cualidades y las condiciones que hacen que la gente esté a favor del comercio o en contra. Encuentran que el bienestar económico de las personas es sólo un factor entre otros muchos. Las actitudes sobre este asunto también están influidas por la educación, el sexo, y factores más esquivos como los valores, la identidad o el patriotismo.

Quienes trabajan en negocios que compiten con las importaciones extranjeras suelen ser menos amigos del comercio libre –cosa poco sorprendente– que los empleados de sectores que no tienen competencia internacional. La riqueza y el estatus también están ligados al apoyo al comercio. "Éste, generalmente, es percibido como algo bueno por los individuos que se sitúan en el extremo superior de la distribución de la riqueza de un país, y como algo malo por quienes ocupan la franja inferior", escriben los autores. Pero otros factores menos intuitivos entran en juego también.

En Alemania y EE UU, los más formados apoyan con mayor fuerza el libre comercio, al contrario que en los países de bajos ingresos como Armenia o Bangladesh

Veamos la educación y el sexo. En países ricos como Alemania y EE UU, la gente con más cultura tiende a apoyar el comercio libre, a diferencia de los ciudadanos con menor formación. Pero lo contrario sucede en Estados de bajos ingresos como Armenia, Bangladesh y Nigeria, donde, a más educación, más proteccionistas se muestran los individuos. Mayda y Rodrik observan también que las mujeres son casi un 8% más proclives que los hombres a las restricciones al comercio.

Los individuos con relaciones más estrechas con sus comunidades tienden a apoyar el comercio libre menos que aquellos que carecen de tales vínculos. Además, cuanto mayor sea el orgullo nacional más probabilidad hay de que uno sea proteccionista, como es el caso de los estadounidenses (de los cuales, un 91% preferirían ser ciudadanos de su país que de cualquier otro, frente a sólo un 50% de los holandeses que afirman algo similar). Cuanto más se enorgullezca usted de la influencia global de su Estado (y aquí EE UU también está a la cabeza de la lista), menos probable es que apoye el libre comercio.

¿Sueños de grandeza?: universitarios como éstos de Princeton (EE UU) serán, probablemente, los más firmes opositores al proteccionismo.

Los autores se aventuran muy poco fuera del campo de la identificación de estos vínculos, y sólo muy brevemente se adentran en el turbio terreno de las explicaciones, de manera que los lectores menos respetuosos con los autocontroles académicos quizá echen de menos alguna especulación más profunda. Por ejemplo, ¿por qué parecen las mujeres más proteccionistas que los hombres? Otros estudios han descubierto que, cuanto más comercian los países, menor diferencia hay en ellos entre los sueldos de ambos sexos. ¿Y por qué un mayor nivel educativo está ligado a un mayor apoyo al comercio en los países ricos, pero no en los pobres? Quizá sea, como sugieren los economistas, porque el comercio tiende a beneficiar a las personas que poseen más cantidad de los recursos que abundan en su economía (en este caso, el de la educación), y los Estados ricos tienen más recursos educativos que los menos desarrollados. Pero otras posibilidades también se nos pueden ocurrir: en los países pobres, las élites con mucha formación podrían creer que obtendrían beneficio más rápidamente de las cómodas protecciones de una economía menos transparente.

En cualquier caso, los autores se enfrentan a una pregunta muy práctica: ¿las actitudes ante el comercio se traducen en políticas comerciales reales? "La respuesta, en general, es que sí", dicen Mayda y Rodrik, al encontrar más opiniones favorables al comercio asociadas con menores restricciones comerciales. Lo que nos devuelve a la contradicción de que resurje el proteccionismo a la vez que crece el comercio internacional. Quizá no sea un paradoja después de todo. Mírelo de la siguiente manera: si es usted varón, con estudios superiores y buena posición económica, tiene más posibilidades de estar a favor del comercio libre. Pero si se considera patriota, mantiene fuertes vínculos con su comunidad y le parece que su país es el número uno, entonces es más probable que apoye las limitaciones. No resulta sorprendente

que los ministros de Comercio se queden tan a menudo boquiabiertos tratando de entenderlo.

Nacidos para comerciar.
Carlos Lozada

- ***European Economic Review,***
  vol. 49, nº 6, agosto de 2005,
  Amsterdam (Países Bajos)

Podemos perdonar a los ministros de Comercio de cualquier parte del mundo por adornar sus currículos. Aunque ya están acostumbrados a los chascos, su trabajo parece un reto especialmente difícil en los últimos tiempos. La reunión de la Organización Mundial del Comercio en Hong Kong en diciembre pasado produjo pocos progresos, puesto que las conversaciones para avanzar un poco más en la liberalización del comercio se atascaron en el acceso a los mercados de los productos agrícolas y en la protección de los servicios.

De Washington a París, los políticos temen que las empresas extranjeras adquieran bienes nacionales "estratégicos". Incluso el Tratado de Libre Comercio con Centroamérica, un pacto entre Estados Unidos y un puñado de pequeñas economías latinoamericanas, suscitó un amargo debate en el Congreso estadounidense antes de ser aprobado por los pelos en la Cámara de Representantes el verano pasado, con 217 votos a favor y 215 en contra.

Una de las paradojas de la economía global es que, incluso con los tropiezos en las negociaciones internacionales y la fuerza cada vez mayor del proteccionismo, el comercio mundial está en alza

Una de las paradojas de la economía global, sin embargo, es que, incluso con los tropiezos de las negociaciones internacionales y la fuerza cada vez mayor del proteccionismo, el comercio mundial está en alza. Las exportaciones globales crecieron más de un 6% anual durante los años 90 y, de pronto, en 2004 saltaron al 9%, en ambos casos superando con mucho el crecimiento económico.

¿Cómo se reconcilia el auge del sentimiento proteccionista con el aumento continuado del comercio? Los economistas Anna Maria Mayda, de la Universidad estadounidense de Georgetown, y Dani Rodrik, de Harvard, arrojan cierta luz sobre esta cuestión con suenigmático artículo '¿Por qué algunas personas (y algunos países) son más proteccionistas queotros?', en el número de agosto de *European Economic Review*.

Haciendo uso de dos enormes estudios demográficos y de opinión realizados en los años 90 (el Programa Internacional de Encuestas Sociales y la Encuesta Mundial de Valores), que incluían a miles de entrevistados en docenas de países ricos y pobres, Mayda y Rodrik buscan las cualidades y las condiciones que hacen que la gente esté a favor del comercio o en contra. Encuentran que el bienestar económico de las personas es sólo un factor entre otros muchos. Las actitudes sobre este asunto también están influidas por la educación, el sexo, y factores más esquivos como los valores, la identidad o el patriotismo.

Quienes trabajan en negocios que compiten con las importaciones extranjeras suelen ser menos amigos del comercio libre –cosa poco sorprendente– que los empleados de sectores que no tienen competencia internacional. La riqueza y el estatus también están ligados al apoyo al comercio. "Éste, generalmente, es percibido como algo bueno por los individuos que se sitúan en el extremo superior de la distribución de la riqueza de un país, y como algo malo por quienes ocupan la franja inferior", escriben los autores. Pero otros factores menos intuitivos entran en juego también.

En Alemania y EE UU, los más formados apoyan con mayor fuerza el libre comercio, al contrario que en los países de bajos ingresos como Armenia o Bangladesh

Veamos la educación y el sexo. En países ricos como Alemania y EE UU, la gente con más cultura tiende a apoyar el comercio libre, a diferencia de los ciudadanos con menor formación. Pero lo contrario sucede en Estados de bajos ingresos como Armenia, Bangladesh y Nigeria, donde, a más educación, más proteccionistas se muestran los individuos. Mayda y Rodrik observan también que las mujeres son casi un 8% más proclives que los hombres a las restricciones al comercio.

Los individuos con relaciones más estrechas con sus comunidades tienden a apoyar el comercio libre menos que aquellos que carecen de tales vínculos. Además, cuanto mayor sea el orgullo nacional más probabilidad hay de que uno sea proteccionista, como es el caso de los estadounidenses (de los cuales, un 91% preferirían ser ciudadanos de su país que de cualquier

otro, frente a sólo un 50% de los holandeses que afirman algo similar). Cuanto más se enorgullezca usted de la influencia global de su Estado (y aquí EE UU también está a la cabeza de la lista), menos probable es que apoye el libre comercio.

¿Sueños de grandeza?: universitarios como éstos de Princeton (EE UU) serán, probablemente, los más firmes opositores al proteccionismo.

Los autores se aventuran muy poco fuera del campo de la identificación de estos vínculos, y sólo muy brevemente se adentran en el turbio terreno de las explicaciones, de manera que los lectores menos respetuosos con los autocontroles académicos quizá echen de menos alguna especulación más profunda. Por ejemplo, ¿por qué parecen las mujeres más proteccionistas que los hombres? Otros estudios han descubierto que, cuanto más comercian los países, menor diferencia hay en ellos entre los sueldos de ambos sexos. ¿Y por qué un mayor nivel educativo está ligado a un mayor apoyo al comercio en los países ricos, pero no en los pobres? Quizá sea, como sugieren los economistas, porque el comercio tiende a beneficiar a las personas que poseen más cantidad de los recursos que abundan en su economía (en este caso, el de la educación), y los Estados ricos tienen más recursos educativos que los menos desarrollados. Pero otras posibilidades también se nos pueden ocurrir: en los países pobres, las élites con mucha formación podrían creer que obtendrían beneficio más rápidamente de las cómodas protecciones de una economía menos transparente.

En cualquier caso, los autores se enfrentan a una pregunta muy práctica: ¿las actitudes ante el comercio se traducen en políticas comerciales reales? "La respuesta, en general, es que sí", dicen Mayda y Rodrik, al encontrar más opiniones favorables al comercio asociadas con menores restricciones comerciales. Lo que nos devuelve a la contradicción de que resurje el proteccionismo a la vez que crece el comercio internacional. Quizá no sea un paradoja después de todo. Mírelo de la siguiente manera: si es usted varón, con estudios superiores y buena posición económica, tiene más posibilidades de estar a favor del comercio libre. Pero si se considera patriota, mantiene fuertes vínculos con su comunidad y le parece que su país es el número uno, entonces es más probable que apoye las limitaciones. No resulta sorprendente

que los ministros de Comercio se queden tan a menudo boquiabiertos tratando de entenderlo.

Carlos Lozada es redactor en la sección de Economía de The Washington Post.

Fecha de creación
30 agosto, 2007