

«Un libro de lectura obligada»
STEVEN D. LEVITT, autor de *Freakonomics*

TIM HARFORD EL ECONOMISTA CAMUFLADO

La economía de las pequeñas cosas

¿Por qué pagas en Starbucks por una taza de café el triple de lo que pagarías en cualquier bar? A partir de esta sencilla pregunta Tim Harford, uno de los economistas más prestigiosos del mundo, se convierte en un detective que nos enseña a seguir las pistas para averiguar cómo funciona el mundo. Porque tú quizá creas que estás ante un simple capuchino, pero el economista ve otra cosa: ese capuchino refleja el producto de un sistema de una complejidad asombrosa. Él puede explicar cómo funciona un sistema como éste, cómo las empresas intentarán explotarlo y cómo tú, como consumidor, puedes protegerlo.

Un libro divertido, ameno y accesible para comprender el mundo a través de la economía de las pequeñas cosas.

«*El economista camuflado* es único en su especie: es un libro sobre economía que atraparé a los lectores. Bellamente escrito y argumentado, esta obra pone la fuerza de la economía en movimiento.»

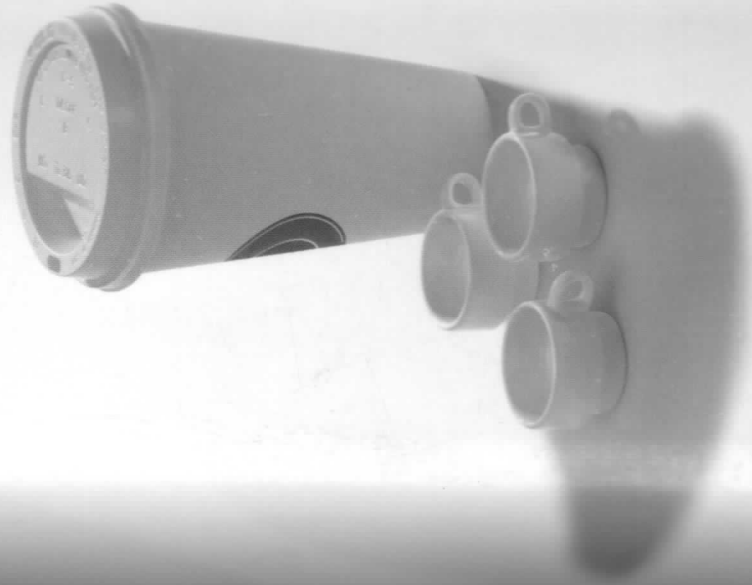
STEVEN D. LEVITT, autor de *Freakonomics*

«Bien busques una explicación sobre el precio de una taza de café o sobre la pobreza reinante en el Tercer Mundo, Harford podrá dártela.»

JOHN KAY, autor de *Culture and Prosperity: The Truth About Markets*

«Leer *El economista camuflado* es como vivir un día normal, pero con anteojos de visión de rayos X.»

DAVID BODANIS, autor de *E=mc². Biografía de la ecuación más famosa*



ISBN: 970-37-0246-5



temas de hoy

Doctcoller mundial

EL ECONOMISTA CAMUFLADO

TIM HARFORD EL ECONOMISTA CAMUFLADO

La economía de las pequeñas cosas

temas de hoy.

Obra editada en colaboración con Ediciones Temas de Hoy – España

Título original: *The Undercover Economist*
 Publicado originalmente por Oxford University Press, Inc

© 2006, Tim Harford
 © 2007, Redactores en Red, por la traducción
 © 2007, Ediciones Temas de Hoy, S.A. – Madrid, España

Editorial Planeta Mexicana, S.A. de C.V.
 Avenida Presidente Masarik núm. 111, 2o. Piso
 Colonia Chapultepec Morales
 C.P. 11570 México, D.F.

Primera edición publicada en España: febrero de 2007
 ISBN: 978-84-8460-617-8

Primera edición publicada en México: abril de 2007
 ISBN-13: 978-970-37-0246-6
 ISBN-10: 970-37-0246-5

Ninguna parte de esta publicación, incluido el diseño de la portada,
 puede ser reproducida, almacenada o transmitida en manera alguna
 ni por ningún medio, sin permiso previo del editor.

Impreso en los talleres de Impresora y Encuadernadora Nuevo
 Milenio, S.A. de C. V.
 Calle Rosa Blanca núm. 12, colonia Ampliación Santiago Acahualtepec,
 México D.F.
 Impreso en México – *Printed in Mexico*

www.editorialplaneta.com.mx
www.planeta.com.mx
www.editorialplaneta.com.co

Introducción	13
1. ¿Quién paga tu café?	17
2. Lo que los supermercados no quieren que sepas	47
3. Los mercados perfectos y «el mundo de la verdad»	81
4. El tráfico urbano	103
5. La verdad secreta	139
6. Una locura racional	171
7. Los hombres que no conocían el valor de nada	191
8. Por qué los países pobres son pobres	215
9. Cerveza, patatas fritas y globalización	241
10. Cómo China se hizo rica	273
Notas	297
Índice temático	315

*A Deborah Harford, Fran Monks y Stella Harford, mi familia.
... en el pasado, presente y futuro.*

Peter Sinclair me puso en contacto con la economía; y Tony Courakis, Simon Cowan, Stan Fischer, Bob Garhart, Paul Klemperer, Brendan McElroy, Elinor Ostrom, Hyun Shin, Bill Sjostrom y muchos otros me ayudaron en el camino. Les estoy muy agradecido a todos.

En Shell, Ged Davis me permitió trabajar media jornada para que yo pudiera producir el primer borrador del libro. Me sentí halagado y estoy agradecido por su apoyo. Otros colegas en Shell constituyeron una inspiración, especialmente Betty-Sue Flowers, Anupam Khanna, Cho Khong, Michael Klein, Doug McKay y John Robinson.

En el *Financial Times*, Pilita Clark, Andy Davis, Chris Giles, Andrew Gowers, John Kay, John Willman y Martin Wolf me dieron oportunidades y luego se aseguraron de que no las desperdiciara.

En el Banco Mundial, Michael Klein y Suzanne Smith son colegas maravillosos. Cada día que paso con ellos aprendo algo nuevo.

David Bodanis, Felicity Bryan, Penny Dablin, Moore Flannery, Juri Gabriel, Mark Henstridge, Diana Jackson, Oliver Johnson, John Kay, Cho Khong, Paul Klemperer, Stephen McGroarty, Doug McKay, Fran Monks, Dave Morris, Rafael Ramirez, Jillian Reilly, John Robinson, Tim Savin, Martin Wolf y Andrew Wright han mejorado el libro con sus comentarios.

Sally Holloway, mi agente, ha sido excepcional. Tim Bartlett y Kate Hamill, de *Oxford University Press*, me enfurecieron con su precisión y capacidad de análisis. He sido muy afortunado por poder trabajar con ellos.

Lo que es más importante: el apoyo emocional provino de Diana Jackson, mi esposa, Fran Monks, el «tío» Dave Morris y Jillian Reilly.

Sobre todo debo agradecerles a Andrew Wright, un genio, sin el cual el libro podría no haberse terminado nunca; y David Bodanis, una inspiración, sin quien el libro ni siquiera hubiera comenzado.

Me gustaría darte las gracias por haber comprado este libro; aun- que si te parece a mí en algo, seguramente no lo has comprado aún, sino que lo has llevado a la cafetería de la librería y en este preciso momento estás disfrutando cómodamente de un capuchino mientras decides si vale la pena gastar tu dinero.

Éste es un libro acerca de cómo ven el mundo los economistas. De hecho, tal vez haya un economista sentado cerca de ti en este momento. Tal vez no puedas distinguirlo, ya que una persona normal no notaría nada especial en un economista. Pero las personas normales sí resultan especiales a los ojos de los economistas. ¿Qué es lo que ve el economista? ¿Qué te diría él, si te tomaras la molestia de preguntarle? ¿Y por qué deberías hacerlo?

Tal vez creas que estás disfrutando de un capuchino espumoso, pero el economista ve otra cosa. Os ve, a ti y al capuchino, como jugadores de un intrincado juego de señales y negociaciones, competencias de fuerza y batallas dialécticas. Este juego se da por cuestiones importantes: algunas de las personas que trabajaron para que tú tengas ese café delante de ti ganaron mucho dinero, otras ganaron muy poco, y otras están interesadas en el dinero que tienes en el bolsillo en este momento. El economista puede decirte quién obtendrá qué, cómo y por qué. Espero que para cuando hayas terminado de leer este libro, seas capaz de poder ver las mismas cosas. Pero, por favor, cómpralo antes de que el encargado de la tienda te eche de allí.

Tu café resulta intrigante para el economista por otra razón: él no sabe cómo *hacer* un capuchino, y sabe que el resto de las personas tampoco lo sabe. Después de todo, ¿quién podría jactarse de poder planchar, cosechar, tostar y combinar el café, criar y ordeñar vacas, trabajar el acero y moldear plásticos para construir con ellos una máquina de café exprés y, por último, moldear cerámica en forma de simpáticas tazas? Tu capuchino refleja el producto de un sistema de complejidad asombrosa. No existe una sola persona en el mundo que pueda producir por sí sola todo lo necesario para hacer un capuchino.

El economista sabe que el capuchino es producto de un increíble esfuerzo de equipo y que, además, nadie está a cargo de ese equipo. El economista Paul Seabright nos recuerda las réplicas del oficial soviético para poder comprender el sistema occidental: «Díganme... ¿quién es el encargado del suministro de pan para la población de Londres?». La pregunta es cómica, pero la respuesta —«nadie»— resulta perturbadora.

Cuando el economista logra apartar su atención de tu café y mira a su alrededor en la librería, los desafíos organizativos se tornan aún mayores. La complejidad del sistema que ha hecho que esa tienda sea posible no se puede explicar de manera sencilla: piensa en los siglos de diseño y desarrollo, desde el papel en que se imprimen los libros hasta los focos que iluminan los estantes, pasando por el *software* que lleva el control del inventario, sin mencionar los milagros organizativos cotidianos a través de los cuales se imprimen, encuadernan, almacenan, entregan, acomodan y venden los libros.

El sistema funciona extraordinariamente bien. Cuando compraste este libro —a esta altura ya has comprado este libro, ¿no es así?— probablemente lo hiciste sin que fuera necesario que le pidieras a la librería que lo consiguiera para ti. Tal vez, cuando saliste de tu casa esta mañana, ni siquiera sabías que lo comprarías. Sin embargo, mágicamente, decenas de personas hicieron todo lo necesario para cumplir con tus impredecibles deseos: yo, mis editores, comercializadores, correctores, impresores, fabricantes de papel y proveedores de tinta, entre muchos otros. El economista puede explicar cómo funciona un sistema como éste, cómo las empresas intentarán explotarlo y cómo tú, como consumidor, puedes protegerlo.

Ahora, el «Economista Camuflado» está observando por la ventana el atasco que hay afuera. Para algunos, un atasco es meramente un hecho irritante de la vida. Para el economista, el contraste entre el caos de la circulación y la tranquilidad con la que funciona la librería significan algo. Podemos aprender algo de la librería que nos ayuda a evitar los atascos.

Aunque los economistas piensan constantemente acerca de las cosas que suceden a su alrededor, no se ven constreñidos a debatir únicamente sobre asuntos locales. Si te molestaras en mantener una conversación con uno de ellos, podrían llegar a hablar acerca de la diferencia entre las librerías del mundo desarrollado y las bibliotecas de Camerún, donde sobran lectores ávidos, pero faltan libros. Tú podrías señalar que la brecha entre los países ricos y pobres del mundo es enorme y horrorosa. El economista podría compartir tu sensación de injusticia, pero también podría decirte por qué los países ricos son ricos y por qué los países pobres son pobres, y qué se podría hacer al respecto.

Tal vez el Economista Camuflado parezca un sabelotodo, pero refleja la gran ambición de la economía por entender a la gente, tanto como lo hacen los individuos, socios, competidores y miembros de las extensas organizaciones sociales que llamamos «economías».

Esta amplitud de intereses se ve reflejada en las preferencias eclécticas del comité del Premio Nobel. Desde 1990, el Premio Nobel de Economía sólo ha sido otorgado ocasionalmente por avances en asuntos obviamente relacionados con la «economía», como la teoría de las tasas de intercambio o los ciclos de negocios, y se ha otorgado con mayor frecuencia por descubrimientos cuyas relaciones con lo que tú podrías llegar a pensar que es la economía son menos evidentes: desarrollo humano, psicología, historia, elecciones, leyes, y hasta descubrimientos esotéricos del tipo «¿por qué no se puede comprar un coche de segunda mano decente?».

Mi meta en este libro es ayudarte a ver el mundo como lo hace un economista. No mencionaré nada relacionado con las tasas de intercambio o con los ciclos de negocios, pero resolveré el misterio de los automóviles usados. Analizaremos las cuestiones importantes: por ejemplo, cómo hace China para sacar a un millón de personas al mes

de la pobreza; y las cuestiones más pequeñas: por ejemplo, cómo evitar gastar tanto dinero en el supermercado. Es una tarea completamente detectivesca, pero te enseñaré a utilizar las herramientas de investigación que emplea el economista. Espero que al llegar al final del libro te hayas convertido en un consumidor experimentado (y en un experto votante), que pueda ver la verdad que se esconde tras las historias que los políticos quieren venderte. La vida diaria está llena de rompecabezas que muchas personas ni siquiera pueden ver; entonces, sobre todas las cosas, espero que seas capaz de encontrar la diversión que se esconde detrás de estos secretos cotidianos. Comencemos por el entorno más familiar, con la pregunta: ¿quién paga tu café?

1

¿Quién paga tu café?

El largo trayecto al trabajo en transporte público es una experiencia común en la vida en las grandes ciudades de todo el mundo, ya vivas en Nueva York, Tokio, Amberes o Praga. El camino al trabajo combina, desmoralizadamente, lo que es universal con lo individual. Lo individual porque cada uno de los que hacen este viaje es una rata en su propio y único laberinto: debe tener calculado el tiempo que le lleva llegar desde la ducha hasta el torniquete de la estación, aprender los horarios y el extremo idóneo del andén, para acceder la combinación entre diferentes trenes, soportando las desventajas de que no haya asientos libres en el primer tren de regreso a casa frente a la comodidad del asiento en el último tren. Además, las personas que deben viajar todos los días para ir a trabajar generan patrones comunes, como embotellamientos y horas punta, que los empresarios de todas partes del mundo explotan a su favor. Mi trayecto al trabajo en Washington D. C. no es el mismo que el vuestro en Madrid, Londres, Nueva York o Hong Kong, pero os resultaría sorprendentemente familiar.

La estación Farragut West del metro tiene una ubicación ideal, que le permite dar servicio al Banco Mundial, al Fondo Monetario Internacional, y hasta a la Casa Blanca. Todas las mañanas, viajeros irritables y somnolientos emergen desde Farragut West hacia el edificio International Square. Es difícil desviar de su camino a esta clase de personas. Simplemente, quieren escapar del ruido y el bullicio, esquivar a los tranquilos turistas y llegar a sus escritorios justo antes

de que lo hagan sus jefes. No disfrutan de los desvíos. Pero existe un lugar, colmado de paz y abundancia, que puede tentarlos a retrasarse algunos minutos. En este oasis, hombres y mujeres atractivos y exóticos sirven delicias únicas con una sonrisa —hoy me atendió una encantadora señorita cuya placa de identificación rezaba «María»—. Por supuesto, me refiero a Starbucks. Esta cafetería está situada a la salida del International Square, y es imposible de evitar. Y ésta no es una peculiaridad de la estación Farragut West: la primera tienda que verás al intentar salir de la estación Farragut North del metro es... ¡otro Starbucks!

Encontrarás esta clase de cafeterías tan convenientemente ubicadas en todas partes del mundo, y todas atienden al mismo tipo de trabajadores desesperados. El establecimiento que se encuentra a menos de diez metros de la salida de la estación Dupont Circle, en Washington, se llama Cosi. La estación Penn, del metro de Nueva York, hace alarde de un Seattle Coffee Roasters justo al lado de la salida a la Octava Avenida. Y aquellos que descienden en la estación Shinjuku, en Tokio, pueden disfrutar de un Starbucks sin necesidad de salir del andén. En la estación Waterloo, en Londres, quien vigila la salida que da sobre la margen derecha del Támesis es un puesto de la cafetería AMT.

Un capuchino grande de Starbucks, de 2,55 dólares, no es nada barato. Pero puedo pagarlo, por supuesto. Como muchas de las personas que se detienen en ese café, yo gano el coste de ese café cada diez minutos. A ninguno de nosotros nos interesa perder el tiempo a fin de ahorrar unas monedas, buscando un café más barato a las 8.30 de la mañana. Las cafeterías bien ubicadas tienen una demanda enorme: por la estación Waterloo, por ejemplo, pasan setenta y cuatro millones de personas al año. Eso hace que la situación de esta cafetería sea crucial.

La ubicación del café Starbucks de la estación Farragut West es ventajosa, tanto por estar en uno de los mejores caminos que van del andén a la salida de la estación, como porque es la única cafetería que se encuentra en ese camino. No sorprende a nadie que estén «haciendo su agosto».

Si tomas tanto café como yo, probablemente hayas llegado a la conclusión de que alguien se está haciendo asquerosamente rico con todo esto. Si las quejas que aparecen ocasionalmente en los periódicos son ciertas, el café contenido en ese capuchino cuesta unos pocos centavos. Claro que los periódicos no nos cuentan la historia completa: está la leche, la electricidad y el coste de las tazas de papel, sumado al coste de pagarle a María para que le sonría a clientes gruñones durante todo el día. De todas maneras, tras sumar todas estas variables, el valor al que llegamos sigue siendo menor al precio de la taza de café. De acuerdo con el catedrático de Economía Brian McNamus, el margen de ganancia del café ronda el 150 por ciento: cuesta 40 centavos preparar una taza de café de un dólar, y cuesta menos de un dólar preparar un café con leche pequeño, que se vende a 2,55 dólares. Alguien está ganando mucho dinero... ¿Quién será?

Tal vez pienses que esta persona es Howard Schultz, el dueño de la cadena Starbucks; pero la respuesta no es tan simple. La principal razón por la que Starbucks puede pedirte 2,55 dólares por un capuchino es porque no hay otra tienda cercana que cobre 2 dólares por lo mismo. Entonces, ¿por qué no hay nadie junto a Starbucks, ofreciendo precios menores? Sin ánimo de desmerecer los logros del Sr. Schultz, los capuchinos no son productos complicados. No hay escasez de capuchinos decentes (desafortunadamente, tampoco hay escasez de capuchinos repulsivos). No es demasiado costoso comprar algunas máquinas de café, un mostrador, crear una marca mediante un poco de publicidad y algunas muestras gratuitas, y contratar buen personal. Hasta María es reemplazable.

Lo cierto es que la ventaja más significativa de Starbucks es su ubicación privilegiada en el camino que separa a los trabajadores de sus destinos. Existen algunos lugares ideales para las cafeterías: junto a las salidas de las estaciones de transporte público, o en las esquinas de calles muy transitadas. Starbucks y sus rivales ya los han ocupado todos. Si Starbucks realmente tuviera a sus clientes hipnotizados, como dicen sus críticos, no necesitaría esforzarse tanto para que las personas se tropiecen con sus cafés. El buen margen de ganancia que Starbucks obtiene de sus capuchinos no se debe ni a la calidad de su café ni a su personal: se debe principalmente a su ubicación.

Pero, entonces, ¿quién controla la ubicación? Pensemos en las negociaciones para los nuevos contratos de alquiler. El propietario del International Square no hablará solamente con Starbucks, sino que lo hará también con otras cadenas como Cosi o Caribou Café, además de hacerlo con las cafeterías oriundas de la ciudad de Washington, como Java House, Swing's, Capitol Grounds y Teatism. El propietario puede firmar un acuerdo con cada una de estas empresas, o puede firmar un contrato de exclusividad con una sola. Como se dará cuenta enseguida de que ninguna de estas cadenas estará muy entusiasmada por pagar mucho dinero por un local que se encuentra junto a otras diez cafeterías, sacará el mayor provecho posible de un contrato de exclusividad con alguna de ellas.

Cuando intentes averiguar quién es el que va a ganar todo el dinero, simplemente recuerda que, de un lado de la mesa de negociación, hay al menos media docena de compañías que compiten entre sí, y que, del otro lado, se encuentra un propietario, que es dueño de un solo local excelente, ideal para una cafetería. Al hacer que se peleen entre ellos, el propietario deberá poder dictar los términos y forzar a uno de ellos a que pague el alquiler, lo cual consumirá casi todas sus ganancias previstas. Así, la compañía que resulte *galardonada* con el local esperará obtener algo de ganancia, pero no demasiada: si el alquiler pareciera lo suficientemente bajo como para dejar ganancias considerables, cualquier otra cafetería estaría feliz de pagar un poco más por esa ubicación. La cantidad de cafeterías potenciales es ilimitada, y la cantidad de ubicaciones atractivas es reducida: esto significa que el propietario lleva las de ganar.

Éste es un razonamiento muy simple, y sería razonable preguntarse si todo esto es realmente cierto. Después de explicarle a una amiga muy paciente todos los principios involucrados en esta teoría (mientras tomábamos un café), ella me preguntó si tenía pruebas al respecto. Admití que se trataba simplemente de una teoría —como diría Sherlock Holmes, un poco de «observación y deducción», basadas en las pistas que se hallaban a nuestra disposición—. Unas semanas más tarde, ella me envió un artículo del periódico *Financial Times*, basado en información facilitada por expertos de la industria que tenían acceso a la contabilidad de las compañías de café. El artículo comenzaba

con la frase «pocas compañías ganan dinero», y llegaba a la conclusión de que el principal problema era «el alto coste de mantener puntos de venta minoristas en ubicaciones privilegiadas, donde hay una importante circulación de personas». Leer los estados contables es aburrido; el trabajo detectivesco económico es la manera sencilla de sacar la misma conclusión.

El poder que proviene de la escasez

Hojeando viejos libros de economía de la biblioteca que tengo en mi casa, desenterré el primer análisis que se hizo sobre las cafeterías del siglo XXI. Publicado en 1817, no sólo analiza las modernas cafeterías, sino que también explica gran parte del mundo moderno. Su autor, David Ricardo, ya se había convertido en multimillonario (en valores actuales) gracias a su actividad como corredor de bolsa, y más tarde llegaría a ser miembro del Parlamento. Además, Ricardo era un economista entusiasta, que ansiaba comprender qué le había sucedido a la economía británica durante las entonces recientes guerras napoleónicas: el precio del trigo se fue por las nubes y los precios de los arrendamientos de las tierras cultivables hicieron lo mismo. Ricardo quería saber por qué.

La forma más sencilla de entender el análisis que hizo Ricardo es utilizando uno de sus propios ejemplos. Imagina una frontera agreste con pocos colonos y una gran cantidad de tierra fértil lista para el cultivo. Un día, un joven aspirante a agricultor llamado Axel llega al pueblo y ofrece pagar un arrendamiento a cambio del derecho a cultivar un acre de buena tierra. Todos coinciden por lo que respecta a la cantidad de cereal que produciría un acre de tierra, pero no pueden decidir cuánto deberían cobrarle a Axel. Al no haber escasez de tierras improductivas, los terratenientes que compiten entre sí no podrán cobrar arrendamientos muy altos... o, al menos, considerables. Cada uno de estos propietarios preferiría cobrar arrendamientos bajos a no cobrar nada, por lo que cada uno de ellos ofrecerá un precio menor que el de sus rivales hasta que Axel pueda comenzar a cultivar a cambio de un valor muy bajo, apenas suficiente para compensar al terrateniente por haberse tomado la molestia.

lente a cinco costales al año. Si el terrateniente intenta cobrar más, el arrendatario dejará su terreno para cultivar en monte bajo; y si el arrendamiento es menor, los que cultivan las tierras de menor calidad estarán dispuestos a ofrecer más dinero.

Puede parecer extraño que los valores de los arrendamientos varíen con tal rapidez, simplemente porque un solo hombre más llegó a la zona para cultivar. Aparentemente, esta historia no explica cómo funciona realmente el mundo, pero contiene más verdades de las que puedas creer, aunque esté simplificada en extremo. Por supuesto que en el mundo real hay otros elementos que debemos tomar en cuenta: leyes relacionadas con el desalojo, contratos a largo plazo e incluso normas culturales, tales como que echar a una persona para instalar un nuevo inquilino al día siguiente es algo que simplemente «no se hace». En el mundo real, hay más de dos tipos de tierra de labranza, y Bob podría tener otras opciones, además de convertirse en agricultor: podría conseguir un empleo como contable, o conducir un taxi. Todos estos hechos complican lo que sucede en la realidad: hacen que el traspaso del poder de negociación sea más lento, alteran los números absolutos involucrados y ponen freno a los cambios repentinos de los valores de alquiler.

Sin embargo, las complicaciones de la vida cotidiana a menudo esconden entre bambalinas las tendencias más marcadas, a medida que el poder generado por la escasez se traslada de un grupo al otro. La labor del economista consiste en arrojar luz sobre el proceso subyacente. No deberíamos sorprendernos si, repentinamente, el mercado agrario se pone en contra de los agricultores, o si los precios de las viviendas se incrementan drásticamente, o si el mundo se colma de cafeterías en tan sólo unos pocos meses. La simplicidad de esta historia enfatiza una parte de la realidad subyacente, pero este énfasis nos ayuda a revelar algo importante. En ocasiones, la escasez relativa y el poder de negociación cambian de manos realmente rápido, y esto tiene un profundo efecto sobre la vida de las personas. A menudo nos quejamos por los síntomas: el coste mayor de una taza de café, o hasta de una casa, pero no podemos tratar el síntoma con éxito sin antes comprender los patrones de escasez que constituyen su base.

La primera lección que aparece aquí es que la persona que posee el recurso deseado —en este caso, el propietario— no siempre tiene tanto poder como creíamos. Por otro lado, la historia no especifica si Axel es muy pobre o si lleva un fajo de billetes oculto en el falso tacón de su bota, ya que esto no representa ninguna diferencia con respecto al coste del arrendamiento. El poder de negociación proviene de la escasez: los colonos son pocos y las tierras abundan; por lo tanto, los propietarios no tienen poder de negociación.

Esto significa que si la escasez relativa varía de una persona a la otra, el poder de negociación también lo hace. Si, con el correr de los años, muchos inmigrantes siguieran los pasos de Axel, la cantidad de buenas tierras libres disminuiría hasta que ya no quedara ninguna. Mientras existan tierras libres, la competencia entre aquellos terratenientes que aún no hayan atraído arrendatarios mantendrá los valores de arrendamiento muy bajos. Sin embargo, llegará el día en que un aspirante a agricultor, llamémoslo Bob, llegue al pueblo y se encuentre con que ya no queda tierra fértil disponible. La alternativa, que sería cultivar en tierras de monte bajo, de menor calidad pero abundantes, no es atractiva. Entonces, Bob le ofrecerá una buena cantidad de dinero a cualquier terrateniente capaz de desalojar a Axel, o a cualquiera de los otros agricultores que estén trabajando la tierra a cambio de un arrendamiento casi inexistente, y que le permita a él hacerlo en su lugar. Sin embargo, al igual que Bob está dispuesto a pagar para arrendar una buena porción de tierra en lugar de monte bajo, todos los agricultores de la pradera también estarán dispuestos a pagar para no tener que irse. Todo ha cambiado, y con rapidez: de pronto, los propietarios han obtenido verdadero poder de negociación, porque súbitamente los agricultores son relativamente muchos; y las buenas tierras, relativamente escasas.

Esto significa que los terratenientes podrán aumentar el valor de los arrendamientos. ¿Cuánto? Tendrá que ser lo suficiente para que los agricultores ganen la misma cantidad de dinero al trabajar buenas tierras, pagando un arrendamiento, que al cultivar en monte bajo, de menor calidad, sin pagar por ello. Si la diferencia en cuanto a la productividad de los dos tipos de tierra se traduce en cinco costales de cereales anuales, entonces el coste del arrendamiento será el equiva-

La tierra «marginal» tiene una importancia fundamental

El traspaso del poder de negociación no tiene por qué terminar aquí. Aunque podemos seguir elaborando la historia de los agricultores indefinidamente, los principios básicos van a ser los mismos. Por ejemplo, si siguen llegando nuevos agricultores, en algún momento, además de cultivar las mejores tierras, tendrán que cultivar también todo el monte bajo. Cuando Cornélius, un nuevo colono, llegue al pueblo, sólo quedará disponible la pradera, que es incluso menos productiva que el monte bajo. Aquí, podemos esperar la misma danza de negociaciones: Cornélius ofrecerá dinero a los propietarios para conseguir una porción de monte bajo, los arrendamientos de este tipo de terreno se incrementarán rápidamente, y el diferencial entre éste y las mejores tierras también deberá mantenerse (de otra forma, los agricultores van a querer mudarse), por lo que el valor de los arrendamientos también aumentará en las tierras de mejor calidad.

Por lo tanto, el valor del arrendamiento de los mejores terrenos siempre será igual a la diferencia entre el producto de la cosecha en ellos y cualquier otro que se encuentre disponible, libre del pago de un alquiler, para los nuevos agricultores. Los economistas llaman a estas otras tierras «tierras marginales», debido a que se encuentran en el límite entre ser o no cultivadas. (Pronto verás que los economistas piensan mucho sobre decisiones marginales.) Al comienzo, cuando había mucha más tierra de excelente calidad que colonos, ésta no era solamente la mejor tierra, sino que también era la tierra «marginal», debido a que nuevos agricultores podían utilizarla. Como la mejor tierra era al mismo tiempo tierra marginal, el valor del arrendamiento prácticamente no existía, excepto por una suma irrisoria para compensar al terrateniente por las «molestias». Luego, cuando hubo tantos agricultores que la mejor tierra ya no alcanzaba para todos, el monte bajo se convirtió en tierra marginal, y el valor de los arrendamientos de las mejores tierras aumentó al equivalente a cinco costales al año (que es la diferencia de productividad entre las mejores tierras y las tierras marginales —en este caso, el monte bajo—). Cuando llegó Cornélius, la pradera se convirtió en tierra marginal, las mejores tierras se

volvieron aún más atractivas en relación con la tierra marginal, y así los propietarios pudieron volver a aumentar los valores de las mejores tierras. Aquí es importante notar que no existe un valor absoluto: todo está en relación con esa tierra marginal.

De las tierras de cultivo a los puestos de café

Una bonita historia, pero aquellos de nosotros que disfrutamos con las películas del Oeste preferiríamos la imagen desértica de *Sin perdón* a la desolación psicológica de *Solo ante el peligro*. Así que David Ricardo y yo no obtendremos un premio al guión cinematográfico, pero seguramente nos perdonarán si logramos que nuestra sencilla fábula nos diga algo útil acerca del mundo moderno.

Podríamos comenzar con las cafeterías. ¿Por qué en Londres, Nueva York, Washington o Tokio el café es caro? Desde el punto de vista del sentido común, el café es caro porque las cafeterías deben pagar alquileres elevados. El modelo propuesto por David Ricardo puede demostrarnos que éste es un enfoque erróneo para analizar este tema, debido a que el «alquiler elevado» no es un hecho arbitrario de la vida: tiene una causa.

La historia de Ricardo nos enseña que hay dos cosas que determinan el coste del alquiler en ubicaciones privilegiadas, como en el ejemplo de las mejores tierras: la diferencia en productividad agrícola entre las mejores tierras y la tierra marginal, y la importancia de la productividad agrícola en sí misma. A un dólar el costal, cinco costales de cereales equivalen a un arrendamiento de cinco dólares. A doscientos mil dólares el costal, cinco costales de cereales equivalen a un arrendamiento de un millón de dólares. Las buenas tierras implican costes de arrendamiento elevados, siempre y cuando el cereal que se produce en ellas también sea valioso.

Ahora, apliquemos la teoría de Ricardo a las cafeterías. Así como las mejores tierras impondrán altos costes de arrendamiento si producen cereales valiosos, las ubicaciones privilegiadas para cafeterías impondrán alquileres elevados sólo si sus clientes están dispuestos a pagar precios altos por el café. Los clientes de la hora punta están tan

desesperados por ingerir cafeína, y están tan apurados, que prácticamente no les importa el precio. Es su disposición a pagar precios altos por un oportuno café la que determina que el alquiler sea elevado, y no a la inversa.

Las ubicaciones adecuadas para las cafeterías son como las mejores tierras: son la propiedad de mejor calidad para ese propósito, y se agotan rápidamente. Los locales de las esquinas de la zona céntrica de Manhattan son dominio de Starbucks, Così y sus competidores. En las cercanías de la estación Dupont Circle del metro, en Washington D. C., Così tiene la mejor ubicación en la salida sur, y Starbucks la de la salida norte, sin mencionar que también han marcado territorio frente a las estaciones cercanas del metro en ambas direcciones. En Londres, AMT está en las estaciones del metro Waterloo, King's Cross, Marylebone y Charing Cross; de hecho, cada una de las estaciones del metro de Londres cuenta con algún local de alguna gran cadena de cafeterías. Estos locales podrían ser usados para vender automóviles de segunda mano o comida china, pero nunca se utilizan para ello. Esto no se debe a que una estación de tren no constituya un buen lugar para vender comida china o automóviles usados, sino a que no hay escasez de otras buenas ubicaciones con bajos alquileres en las que se puedan vender fideos o automóviles: zonas en las que los clientes estén menos apurados, más dispuestos a caminar o a realizar un pedido a domicilio. Para las cafeterías u otros establecimientos similares que venden tentempiés o periódicos, un alquiler más bajo no es una compensación suficiente por la pérdida de la avalancha de clientes a los que no les importa el precio.

Modelos portátiles

David Ricardo encontró la manera de escribir un análisis sobre los comercios que ofrecen capuchinos en las estaciones de tren incluso antes que de existieran las cafeterías o las estaciones de tren. Éste es el tipo de cosas que hacen que la gente odie o ame la economía. Aquellos que la odian argumentan que, si queremos entender cómo funciona el negocio de los cafés modernos, no deberíamos leer un análisis

sobre la agricultura publicado en 1817. Pero muchos de nosotros estamos encantados con el hecho de que Ricardo pudiera, hace casi doscientos años, tener el entendimiento que ilumina nuestra comprensión actual. Es fácil notar la diferencia entre la agricultura del siglo XIX y la espuma del café del siglo XXI, aunque no es tan fácil detectar sus similitudes hasta que no nos las muestran. La economía, en parte, consiste en la «modelización», en articular los principios y patrones básicos que operan detrás de temas aparentemente complejos, como el valor de arrendamiento de las granjas o el del alquiler de las cafeterías.

Existen otros modelos aplicables al negocio del café, que resultan útiles para cosas diferentes. Un modelo sobre el diseño y la arquitectura de las cafeterías podría ser útil como ejemplo práctico para los diseñadores de interiores. Un modelo de física podría esbozar las características sobresalientes de la máquina que genera las diez atmósferas de presión necesarias para preparar un café expreso, y al mismo tiempo ser útil para hablar acerca de las bombas de succión o del mecanismo interno de combustión. En la actualidad, disponemos hasta de modelos de impacto ambiental sobre los diferentes métodos de eliminación de los desechos del café. Cada modelo resulta útil para cosas diferentes, pero un «modelo» que intente describir el diseño, la ingeniería, la ecología y los aspectos económicos no sería más sencillo que la realidad misma, por lo que no añadiría nada a nuestro entendimiento de las cosas.

El modelo de Ricardo resulta útil para analizar la relación entre la escasez y el poder de negociación, lo cual va mucho más allá del café o la agricultura y, en definitiva, explica mucho sobre el mundo que nos rodea. Cuando los economistas observan el mundo, ven patrones sociales ocultos, patrones que se vuelven evidentes sólo cuando centramos nuestra atención en los procesos esenciales subyacentes. Este enfoque hace que los críticos digan que la economía no toma en cuenta los casos en su totalidad, el «sistema» en su totalidad. Sin embargo, ¿de qué otra forma podría un análisis del siglo XIX sobre la agricultura revelar la verdad acerca de las cafeterías del siglo XXI, si no es dejando de lado toda clase de diferencias importantes? La verdad es que simplemente no es posible comprender algo complicado sin con-

centrarse en determinados elementos, con el fin de reducir su complejidad. Los economistas eligen centrarse en ciertos aspectos, y la escasez es uno de ellos. Este enfoque implica dejar de lado el funcionamiento de la máquina de café, la combinación de colores de las cafeterías y otros aspectos interesantes e importantes; pero también ganamos cosas gracias a ese enfoque: una de ellas es la comprensión del «sistema», del sistema económico, que es mucho más abarcador de lo que la gente cree.

De todas maneras, es oportuno hacer una salvedad: la simplificación de los modelos económicos hace que los economistas se equivocuen; y Ricardo mismo fue una víctima temprana de esto. Intentó ampliar este modelo extraordinariamente exitoso de agricultores y terratenientes individuales para explicar la distribución de la renta en la economía en su totalidad: cuánto recibían los trabajadores, cuánto los propietarios y cuánto los capitalistas. No funcionó del todo, ya que Ricardo tomó al sector de la agricultura en su conjunto como si se tratara simplemente de una granja enorme con un solo propietario. Un sector agrícola unificado no tiene nada que ganar al mejorar la productividad de la tierra con caminos o irrigación, ya que esas mejoras también reducirían la escasez de buenas tierras. Por otro lado, un terrateniente individual en plena competencia con otros sí hallaría un incentivo en realizar estas mejoras. Enredado en los detalles técnicos, Ricardo no logró darse cuenta de que miles de terratenientes que compiten entre sí tomarían decisiones diferentes a las que tomaría uno solo. Así pues, el modelo propuesto por Ricardo no puede explicar todo, pero estamos a punto de descubrir que va más allá de lo que él mismo pudo haber imaginado. No explica solamente los principios que yacen detrás de las cafeterías y la agricultura: si se aplica correctamente, muestra que la legislación relacionada con el medio ambiente puede afectar drásticamente a la distribución de los ingresos. Explica por qué algunas industrias lógicamente generan altas ganancias, mientras que, en otras, las altas ganancias son un claro símbolo de contubernio. Hasta logra explicar por qué las personas instruidas se oponen a la inmigración de otras personas instruidas, al tiempo que las clases trabajadoras se quejan de la inmigración de otros trabajadores no cualificados.

Las diversas razones de los altos costes de arrendamiento

¿Te molesta que te estafen?

A mí sí. Muchas de las cosas de esta vida son caras. Por supuesto que, en ocasiones, ese coste elevado es un resultado lógico del poder que genera la escasez. Por ejemplo, en Nueva York no hay muchos apartamentos con vistas al Central Park, y lo mismo sucede con el Hyde Park en Londres. Debido a que tantas personas quieren tenerlos, estos apartamentos son caros y muchos se desilusionan. Y no hay nada siniestro en ello. Por otro lado, no resulta tan obvia la razón por la que las palomitas de maíz son tan caras en el cine (no había escasez de palomitas de maíz la última vez que lo comprobé). Entonces, lo primero que quizá querríamos hacer es distinguir entre las diferentes razones por las que las cosas son caras.

A través de los términos que utiliza Ricardo, intentaremos averiguar las diferentes causas de que los alquileres sean altos. Aunque todos estos conocimientos sobre las tierras son muy poco interesantes (a menos que seas agricultor), adquieren una importancia súbita cuando los aplicamos a la cuestión de por qué la renta de tu apartamento parece tan abusiva, o a la de si los bancos nos están estafando. Podemos entonces comenzar con las buenas tierras y luego aplicar lo que aprendamos de manera más amplia.

Sabemos que los costes de arrendamiento de las mejores tierras se determinan por la diferencia de fertilidad que existe entre éstas y las tierras marginales. Entonces, una razón obvia por la que los arrendamientos pueden ser altos sería que las mejores tierras producen cosechas relativamente muy valiosas en contraste con las tierras marginales. Como mencioné algunas páginas atrás, cinco costales de cereales significan, si el costal cuesta un dólar, un arrendamiento de 5 dólares; pero a 200.000 dólares el costal, cinco costales de cereales equivaldrían a un arrendamiento de un millón de dólares. Si el cereal es caro, es lógico que las escasas tierras de buena calidad en que se produce también sean caras.

Pero hay otra forma de hacer que aumenten los valores de arrendamiento de las buenas tierras, que no es tan lógica como la anterior. Supongamos que los terratenientes se reúnen y logran convencer a la

autoridad local de que debe haber aquello que en Inglaterra llaman «cinturón verde»: una amplia extensión de tierras alrededor de la ciudad, en la que se evita el desarrollo inmobiliario mediante severas normas de planificación urbanística. Los terratenientes afirman que sería una pena cubrir tierras agrestes tan bonitas con granjas, por lo que debería ser ilegal cultivar estas tierras.

Los propietarios pueden obtener enormes beneficios gracias a una prohibición como ésta, ya que haría que los costes de arrendamiento de las tierras habitadas se incrementasen. Recuerda que el valor de arrendamiento de las buenas tierras se establece sobre la base de la diferencia entre la productividad de éstas y la productividad de la tierra marginal. Si prohíbes el cultivo en esa tierra marginal, el coste de arrendamiento de las mejores tierras se disparará. Antes, la alternativa a pagar arrendamiento para cultivar las mejores tierras era cultivar la pradera sin pagar nada a cambio. Ahora, esa alternativa ya no existe. Los agricultores están mucho más interesados en cultivar las mejores tierras, ya que cultivar la pradera es ilegal, por lo que también estarán dispuestos a pagar costes de arrendamiento mucho más altos.

Entonces, hemos encontrado dos razones por las cuales los arrendamientos pueden ser altos: la primera es que merece la pena pagar mucho dinero por buenas tierras, debido a que los cereales que producen son muy valiosos; la segunda es que vale la pena pagar mucho dinero por buenas tierras, ya que no hay otra alternativa disponible.

Aquellos lectores que actualmente alquilen propiedades en Londres seguramente habrán fruncido el entrecejo. Londres está rodeado por el «Cinturón Verde» original, que fue creado en la década de los treinta. ¿Será ésta la razón por la que las propiedades son tan caras en Londres, sea para alquilar o para comprar: no por ser mucho mejor que otras alternativas disponibles, sino porque la alternativa se ha convertido en ilegal?

Es una combinación de ambas: es cierto que Londres es único, y que es un lugar mucho mejor para los apartamentos lujosos y para edificios de oficinas que Siberia, Kansas City o incluso París. En parte, los alquileres son altos por esa razón; pero otra de las razones por

la que las propiedades son caras en Londres es por el Cinturón Verde. Uno de sus efectos es evitar que Londres se extienda hacia sus alrededores (lo que muchas personas consideran una buena idea), y otro efecto es transferir grandes cantidades de dinero de parte de los inquilinos de Londres a los propietarios de Londres: el Cinturón Verde mantiene los costes de los alquileres y los precios de las casas en Londres en valores mucho más altos de lo que deberían ser, exactamente de la misma forma que la prohibición de cultivar en praderas mantendría los alquileres de las buenas tierras y del monte bajo mucho más altos de lo que estarían si la situación fuera diferente.

Éste no es un argumento en contra del Cinturón Verde. Son muchos los beneficios de tener a la población de Londres restringida a unos seis millones de personas, en lugar de que sea de dieciséis o veintiséis millones. Pero es importante que, al evaluar los pros y los contras de una legislación como la del Cinturón Verde, comprendamos que sus efectos no son solamente preservar el medio ambiente. Los alquileres de oficinas en el West End de Londres son más altos que los de Manhattan o los de la zona céntrica de Tokio; de hecho, el West End es el lugar más caro del mundo para alquilar oficinas, y también tiene el récord mundial en cuanto a la casa más costosa: 70 millones de libras esterlinas (alrededor de 130 millones de dólares). El Cinturón Verde ha hecho que las propiedades en Londres sean escasas en relación con la cantidad de personas que quieren acceder a ellas y, por supuesto, el poder proviene de la escasez.

Ha llegado el momento de tu primera evaluación de economía. ¿Por qué las mejoras en la calidad y el precio de los servicios de trenes que transportan a las personas a sus trabajos desde los suburbios hasta la estación Penn Station en Nueva York beneficiarían a las personas que alquilan inmuebles en Manhattan? ¿Y por qué los propietarios de Nueva York estarían menos entusiasmados por estas mejoras?

La respuesta es que las mejoras en el transporte público hacen que haya más alternativas a la de alquilar un apartamento en la ciudad. Cuando el viaje diario de dos horas al trabajo se convierte en un viaje de una hora, y las personas pueden conseguir un asiento libre en el tren en lugar de tener que viajar de pie, algunos deciden que prefieren ahorrar dinero y mudarse fuera de Manhattan. De esta manera, apa-

recerían apartamentos disponibles en el mercado inmobiliario, la escasez disminuiría y los precios de los alquileres bajarían. Mejorar los servicios de transporte masivo no afectaría solamente a las personas que deben viajar para ir al trabajo, sino que también lo haría con todas las personas involucradas en el mercado inmobiliario de Nueva York.

¿Nos están estafando?

Uno de los problemas de ser un «economista camuflado» es que comienza a ver «cinturones verdes» de todo tipo por todas partes. ¿Cómo podemos hacer para notar la diferencia entre aquellas cosas que son caras porque son naturalmente escasas y aquellas que son caras por causas artificiales, como leyes, normas o juego sucio?

El modelo propuesto por Ricardo también puede ser de utilidad en este caso. Necesitamos apreciar el paralelismo oculto entre los recursos naturales, como los campos o las ubicaciones concurridas, y las empresas. Los campos nos permiten transformar algo en una cosa diferente, por ejemplo: abono y semillas en cereales. Las empresas son lo mismo: un fabricante de automóviles convierte acero, electricidad y otros ingredientes en automóviles. Una gasolinera convierte bombas, grandes tanques de combustible y tierras en gasolina que va a parar al tanque de tu automóvil. Un banco transforma ordenadores, sistemas de contabilidad y dinero en efectivo en servicios bancarios. Sin cometer un acto intelectualmente demasiado violento, podríamos reemplazar las palabras «arrendamiento» o «alquiler» por «ganancias», utilizando el modelo de Ricardo. Alquiler es la rentabilidad que reciben los propietarios a cambio de su propiedad; ganancia es la rentabilidad que obtienen los dueños de una compañía por su propiedad.

Utilicemos a un banco como ejemplo. Imagina que un banco es muy bueno en lo que se refiere a los servicios bancarios: tiene una cultura empresarial fantástica, una marca fuerte y ha desarrollado el mejor sistema informático bancario especializado. En ese banco trabajan buenas personas, y otras buenas personas ingresan en él para aprender de ellas. Todo esto, sumado, es lo que el economista John Kay (quien explícitamente invoca el modelo propuesto por Ricardo)

llama una «ventaja competitiva sostenible»: una forma de aventajar a la competencia y generar ganancias año tras año.

Llamemos a este superbanco «Corporación Bancaria Axel». Un segundo banco, «Créditos y Deudas Bob», no es tan competente: la gente confía menos en su marca, y su cultura empresarial es regular. No es malo, pero tampoco es muy bueno. Un tercer banco, «Compañía de Depósitos Cornelius», es totalmente ineficiente: tiene una reputación pésima, los cajeros son groseros con los clientes y el control de gastos es inexistente. El banco de Cornelius es menos eficiente que la organización de Bob, y extremadamente incompetente comparado con la «Corporación Bancaria Axel». Todo esto debería recordarnos los tres tipos de tierras: las buenas tierras, las cuales son muy eficientes en lo que a producir cereales se refiere; el monte bajo, que es menos eficiente; y la pradera, que lo es incluso menos.

El banco de Axel, el banco de Bob y el banco de Cornelius compiten en la venta de servicios bancarios al convencer a las personas de que abran cuentas bancarias o de que tomen préstamos. El banco de Axel es tan efectivo que puede brindar sus servicios bancarios con un coste menor, o brindar servicios de mejor calidad al mismo coste. Al final de cada año, el banco de Axel obtendrá grandes ganancias; el banco de Bob, que atiende a sus clientes con menos facilidad, obtendrá ganancias un poco menores; y el banco de Cornelius tan sólo cubrirá sus gastos. Si el mercado bancario fuera más estricto, el banco de Cornelius cerraría. Por el contrario, si el mercado bancario comenzase a ser más atractivo, el banco de Cornelius empezaría a tener ganancias, y un nuevo banco, incluso menos eficiente que el de Cornelius, se agregaría al negocio. El nuevo banco sería el banco marginal, y sólo cubriría sus gastos.

Sin repetir cada uno de los pasos del análisis, podemos recordar que el valor de arrendamiento de las mejores tierras se basaba en la comparación de la productividad de estas tierras con la de las praderas marginales. De la misma manera, las ganancias de Axel se establecen mediante su comparación con el banco de Cornelius, el banco marginal, el cual, como sabemos, debería esperar obtener pocas ganancias o ninguna. Entonces, los beneficios de las empresas, al igual que los alquileres, se determinan sobre la base de las alternativas dis-

ponibles. Una empresa con fuertes competidores será menos rentable que una empresa con rivales incompetentes.

Probablemente estés pensando que esta analogía tiene un fallo: la superficie de buenas tierras es limitada, pero las empresas pueden crecer. Pero eso es verdadero sólo de mañana sin que esto afecte a su reputación y a las demás características que las convirtieron en triunfadoras. Por otro lado, aunque la superficie no puede cambiar, las distinciones entre los diversos tipos de tierra variarán con los años, a medida que se desarrollen nuevas tecnologías de riego, control de plagas y fertilización.

El modelo de Ricardo, que ignora los cambios que puedan suceder con el correr del tiempo, puede explicar las tendencias de los precios agrícolas a lo largo de algunas décadas, no de siglos, y al mismo tiempo explicar la rentabilidad empresarial a lo largo de algunos años, y no de décadas. Como sucede con muchos modelos económicos, el análisis funcionará bien dentro de una escala determinada de tiempo: en este caso, en el corto y medio plazo. Para analizar otros plazos temporales, se necesitan modelos diferentes.

Todo esto está muy bien... pero ¿qué tiene que ver con el enriquecimiento ilícito de las empresas?

Los periódicos señalan a menudo que las altas ganancias de las empresas son un signo de que se están aprovechando de los consumidores. ¿Están en lo cierto? Sólo algunas veces. El análisis de Ricardo sugiere que hay dos razones por las que las ganancias promedio de una industria, como la bancaria, pueden ser elevadas. Si los clientes realmente valoran un servicio y una reputación excelentes, tanto Axel como Bob van a ganar mucho dinero (el banco de Cornelius es el banco marginal y puede esperar muy pocas ganancias). Los periodistas podrán entonces quejarse de sus ganancias excesivas. Si a los clientes no les importa tanto el buen servicio, Axel y Bob van a tener una rentabilidad moderadamente mayor que la de Cornelius (que sigue siendo el banco marginal, por lo que continúa teniendo ganancias pequeñas) y las ganancias promedio serán bajas. Los reporteros, entonces, guardarán silencio. Pero la motivación y las estrategias que utiliza la indus-

tria no han cambiado: lo único que cambió fue que los clientes premiaron a quien les brindó un servicio excelente. Nadie está estafando a nadie; en cambio, están premiando a Axel y a Bob porque ellos ofrecen algo que es, al mismo tiempo, escaso y muy valorado.

Sin embargo, las grandes ganancias no siempre se obtienen tan limpiamente: a veces la indignación de los periódicos es justificada. Existe una segunda explicación para las grandes ganancias de las empresas. ¿Qué sucedería si una especie de «cinturón verde» bancario excluyera completamente del mercado al banco de Cornelius? En el mundo real, hay muchísimas razones por las que posibles nuevas compañías no pueden ingresar en el mercado para competir. Algunas veces, los consumidores no pueden culpar a nadie más que a sí mismos: las nuevas empresas deben luchar por acceder al mercado debido a que los clientes sólo son capaces de tratar con las empresas ya establecidas. John Kay nos muestra que ciertos productos «vergonzosos», como los condones o los tampones, generan enormes ganancias porque a los nuevos participantes les resulta difícil promocionar sus productos. Más frecuentemente, las propias empresas presionan a los Gobiernos y les piden que las protejan de la competencia. Así, muchos Gobiernos de todo el mundo otorgan licencias de monopolio, o imponen muchas restricciones para el acceso a industrias «sensibles», como la bancaria, la agrícola o la de las telecomunicaciones. Cualquiera que sea la razón, el efecto siempre es el mismo: las compañías ya establecidas, libres de competencia, disfrutan de grandes ganancias. De hecho, y debido a la similitud entre los alquileres que se pueden cobrar por tierras de las cuales hay pocos sustitutos, y las ganancias obtenidas por una empresa que tiene pocos competidores, los economistas a menudo llaman a estas ganancias «rentas monopolísticas». Puede ser un término confuso, pero puedes echarle la culpa al modelo de David Ricardo y a la falta de imaginación que los economistas han demostrado desde entonces.

Si yo quisiera saber si los supermercados, bancos o laboratorios me están estafando, podría averiguar cuán rentables son esas industrias. Si están obteniendo ganancias enormes, entonces, inicialmente, desconfiaré; pero si da la impresión de que resulta relativamente fácil crear una nueva compañía y competir con ellas, entonces me volveré menos suspicaz. Esto significaría que sus altas ganancias son provoca-

das por una escasez natural: no hay tantas organizaciones bancarias realmente buenas en el mundo, y las buenas organizaciones bancarias son mucho más eficientes que las malas.

«Alquiler» de recursos

Los propietarios y los ejecutivos no son las únicas personas que quieren evitar la competencia y que desean gozar de rentas monopolísticas. Los sindicatos, los grupos de presión, las personas que estudian para convertirse en profesionales y hasta los Gobiernos nacionales también quieren lo mismo. Todos los días, las personas que nos rodean tratan de evitar la competencia o de quedarse con los beneficios de aquellos que han tenido éxito. Los economistas llaman «creación de rentas» y «captación de rentas» a este tipo de comportamiento.

Esto no es sencillo de hacer. Resulta que el mundo es un lugar competitivo por naturaleza, y no es asunto sencillo esquivar a la competencia. Por suerte, porque aunque la competencia es incómoda si estás del lado equivocado, es agradable cuando estás del lado correcto, como consumidor. Todos nos beneficiamos al interactuar con aquellos que compiten entre sí para ofrecernos empleos, periódicos o vacaciones al sol, del mismo modo que nuestros míticos terratenientes se beneficiaban de la competencia entre Bob y Axel.

Una forma de evitar la competencia es mediante el control de un recurso natural, tal como la tierra de labranza. En el mundo hay una cantidad limitada de buena tierra de labranza, y sólo las revoluciones en las técnicas agrícolas pueden modificar eso. Pero la tierra de labranza no es el único recurso natural finito del mundo; otro ejemplo lo constituye el petróleo. En algunas partes del planeta, el petróleo puede producirse con bajos costes: principalmente, en Arabia Saudí, Kuwait, Irak y otros Estados del Golfo. En otras partes del mundo es más caro producir petróleo, como en Alaska, Nigeria, Siberia y Alberta. Y hay muchos lugares del mundo en los que hay petróleo, pero es tan caro extraerlo que nadie está siquiera pensando en hacerlo. En este momento, por tanto, son los lugares como Alberta los que producen petróleo marginal.

La historia de la industria del petróleo representa un caso práctico al que se puede aplicar la teoría de Ricardo sobre los alquileres. Hasta 1973, el suministro mundial de petróleo se producía en «campos de petróleo», situados mayoritariamente en el Oriente Medio. A pesar del increíble valor del petróleo para las economías industrializadas, su precio era muy bajo, menos de 10 dólares actuales por barril, debido a que había muchísimo disponible y su coste era muy bajo. La Organización de Países Exportadores de Petróleo, OPEP, propietaria de la mayoría de los yacimientos petrolíferos, decidió dejar algunos de sus propios campos fuera de servicio al ordenar a cada uno de sus países miembros que redujera su producción de petróleo. Los precios del petróleo se dispararon hasta llegar a 40 dólares por barril, y luego a 80 dólares, en valor actual. Se mantuvieron altos durante años, porque, a corto plazo, existían pocas fuentes alternativas de petróleo. (En el mundo propuesto por Ricardo, el equivalente a esta situación hubiera sido interrumpir abruptamente el cultivo de las mejores tierras y esperar un tiempo hasta que la pradera pudiera ser limpiada y arada, lo que causaría una escasez temporal de cereales y, a su vez, un aumento de los alquileres.)

A 80 dólares el barril, muchas alternativas parecían económicas y se fueron adoptando con el correr del tiempo: utilizar carbón en lugar de petróleo en la producción de electricidad, fabricar automóviles con menor consumo de gasolina, y buscar petróleo en lugares como Alberta y Alaska. Así, el «monte bajo de energía» y la «pradera de energía» comenzaron a explotarse cada vez más. Para mantener los precios elevados, la OPEP se vio obligada a aceptar una participación cada vez más pequeña en el mercado mundial de petróleo. Finalmente, Arabia Saudí «rompió filas» en 1985 e incrementó su producción. En 1986, los precios se desplomaron y, hasta hace unos pocos años, el precio del petróleo se correspondía, aproximadamente, con el coste de producción de campos marginales en lugares como Alberta, es decir, entre 15 o 20 dólares por barril. En los últimos años, hemos sufrido tropiezos causados por la combinación de un incremento inesperado de la demanda en China con interrupciones en la producción de Arabia Saudí, Irak, Nigeria y Venezuela, lo que causó aumentos en los precios del petróleo que llevaron el barril a más de 50 dólares. Sin embargo, incluso a los precios más bajos que se registraron durante la déca-

res por hora. Esto no es mucho si consideramos que, en un período de cuatro años, un miembro típico de una banda criminal tiene la posibilidad de recibir dos disparos, de ser arrestado seis veces y una posibilidad entre cuatro de que lo maten.

Algunas iniciativas criminales tienen mayor éxito. Con frecuencia, los grupos de la mafia se involucran en negocios legítimos, tales como una lavandería industrial, lo que puede proporcionarles grandes beneficios, siempre y cuando disuadan de entrar en ellos a la competencia. Una forma de hacerlo es mediante amenazas a sus rivales. Esto es bastante sencillo, ya que los camiones de transporte y las propias lavanderías son mucho más fáciles de encontrar y dañar que una bolsa de cocaína. Es más fácil aún amenazar a los clientes. Los seguidores de la serie televisiva *Los Soprano* saben que la mafia suministra servicios de lavandería, a precios excesivos, a los restaurantes, como una manera de sacarles dinero a la fuerza. Las razones son lo suficientemente claras: los restaurantes son particularmente vulnerables a la extorsión debido a que no requiere mucho trabajo espantar a sus clientes, al tiempo que cobrar el dinero de la extorsión mediante la provisión de un servicio caro hace que lo pagado por «protección» resulte, finalmente, «desgravable». Generalmente, los negocios rentables atraen a la competencia, pero en casos como éste la competencia considera que debe de haber formas más seguras de ganarse el pan.

Esto sugiere que no es la violencia como tal, sino la efectividad de una organización, la que crea las barreras que nos separan del ingreso en un mercado y del acceso a ganancias sostenibles. El banco de Axel la tenía y el de Cornelius no; a la típica banda callejera le falta; y, aparentemente, la mafia la tiene de sobra.

«Conspiraciones contra los legos»

Afortunadamente, en los distinguidos rincones del mundo desarrollado, en general nos encontramos a salvo de las personas que utilizan la violencia para mantener lejos a sus competidores. Pero esto no significa que las personas no hayan encontrado otras formas de mantener a raya a sus competidores.

da del noventa, el petróleo producido en los campos más baratos de Arabia Saudí y Kuwait, a un coste de unos pocos dólares por barril, fue prácticamente ganancia pura.

¿Cuándo el crimen tiene castigo?

Gran parte de la economía mundial no está íntimamente relacionada con recursos naturales limitados; esto significa que las personas deben encontrar otras maneras de evitar la competencia.

Un método muy frecuente para ello es el de la violencia, que es especialmente generalizado en el comercio de drogas y otras clases de crimen organizado. Los traficantes de drogas prefieren no tener competidores que hagan descender el precio de las mismas. Posiblemente, al matar o golpear a la suficiente cantidad de personas, una banda de criminales podría disuadir a sus bandas rivales de entrar en el mercado, lo que le permitiría gozar de ganancias enormes. Esto es ilegal, por supuesto, pero también lo es comercializar drogas: si de todas maneras te arriesgas a ir a prisión, no tiene mucho sentido hacer las cosas a medias. Si los narcotraficantes quieren gozar del poder que brinda la escasez, deben hacer algo para que la competencia sea escasa. Por otro lado, es muy difícil que sus clientes denuncien a la policía que los están estafando.

Desgraciadamente para la banda media de narcotraficantes, ni siquiera la violencia es suficiente para obtener ganancias. La dificultad con la que se encuentran es que tanto las armas como los jóvenes agresivos se encuentran por doquier. Cualquier banda que gane mucho dinero tienta a otras bandas a que quieran entrar en su territorio por la fuerza, y habrá muchos candidatos. El economista Steven Levitt y el sociólogo Sudhir Venkatesh lograron hacerse con la contabilidad de una banda callejera estadounidense. Resulta que los «soldados rasos» a veces sólo ganan tan poco como 1,70 dólares a la hora. Las posibilidades de ascender son buenas, si consideramos la rápida rotación de los miembros dentro de la banda (muy a menudo, unos abandonan; a otros los matan); sin embargo, aun teniendo en cuenta estas posibilidades, el salario promedio es menor de 10 dóla-

Los sindicatos son un ejemplo claro. El objetivo de un sindicato es evitar que los trabajadores compitan entre sí por obtener empleos, lo que haría que los salarios y las condiciones laborales empeoraran. Si hay mucha demanda de electricistas y pocas personas que puedan realizar este trabajo, los electricistas tendrían el poder que proviene de la escasez y deberían poder tener salarios y condiciones laborales excelentes, con o sin sindicato de por medio. Si cada vez son más los electricistas disponibles en el mercado, este poder se vería minado. Los nuevos electricistas desempeñarían el rol del agricultor Bob. El sindicato está diseñado, en parte, para negociar de manera colectiva, y en parte para restringir el ingreso a la profesión.

En el siglo XIX, a medida que se difundía la mecanización masiva, los incentivos para formar sindicatos se volvían considerables. Los trabajadores constituían una mercancía abundante: todos reunidos en concentraciones urbanas, fácilmente sustituibles unos por otros. Sin sindicatos, los salarios podrían mantenerse a niveles muy bajos; con ellos, podría eliminarse la competencia y los salarios aumentarían (para aquellos afortunados que formarían parte del sindicato). En los Estados Unidos, las leyes mantuvieron a los sindicatos a raya: las legislaciones antimonopolio, destinadas a evitar la connivencia entre grandes empresas, también estaban dirigidas a los sindicatos. Pero a medida que el clima político fue cambiando, estas leyes fueron declaradas inaplicables y los sindicatos aumentaron su poder.

Si los sindicatos fueran especialmente exitosos, entonces deberíamos esperar que las industrias sindicadas gozaran de salarios enormes, en algunos momentos y lugares —como en la industria del automóvil estadounidense de los años sesenta y setenta— esto ha sido así. Pero los sindicatos se enfrentan con diversos obstáculos en su camino hacia esta clase de éxito. Cuando se considera que los sindicatos realizan demandas poco razonables, que hacen que los precios alcancen niveles inaceptables para gran parte del público, éste a su vez presiona a los políticos para que regulen a los sindicatos. A veces la escasez de la que gozan los sindicatos se ve desafiada por la competencia internacional, como en el caso de los trabajadores de las fábricas de automóviles estadounidenses, quienes gozaban de excelentes salarios y seguridad en el empleo hasta que la industria automotriz japonesa comenzó

a utilizar métodos más eficientes y a presionar a los fabricantes estadounidenses.

En el caso de las industrias en retracción, como los astilleros británicos o la industria automotriz en los Estados Unidos, los empleos disponibles desaparecen a tal velocidad que los sindicatos tienen grandes problemas para mantener el valor de la escasez; el sindicato nunca puede amenazar con cortar el suministro de trabajadores con la suficiente velocidad como para mantener el mismo ritmo de una demanda en disminución.

En otras industrias no es la caída en la demanda sino los empleadores poderosos los que reducen el poder de los sindicatos. En los Estados Unidos, Wal-Mart (la cadena de hipermercados más grande del mundo) tiene un tremendo poder de negociación: sólo había dos Wal-Mart sindicados en América del Norte en la primavera de 2004, cuando la compañía anunció que cerraría uno de ellos, una sucursal en Quebec, debido a que el sindicato estaba dañando su modelo de negocio. En el Reino Unido los salarios de los maestros son bajos, a pesar del hecho de que hay escasez de maestros cualificados. Esto se debe a que el Gobierno, como único empleador, tiene un poder de negociación descomunal. Comúnmente, cuando hay escasez de trabajadores, la competencia entre los empleadores debería hacer subir los salarios. Sólo un empleador monopolístico podría, posiblemente, mantener una situación en la que exista un importante déficit de maestros y, sin embargo, los salarios no aumenten en respuesta a ello. Los maestros tienen cierto poder proveniente de la escasez, pero, en este caso, el poder del Gobierno es mayor.

Otros profesionales como los médicos, actuarios, contables y abogados encuentran la manera de mantener sus salarios elevados a través de métodos que no son sindicales: crean «cinturones verdes» virtuales que les dificultan la práctica profesional a sus potenciales competidores. Algunos típicos cinturones verdes virtuales son los períodos de evaluación muy largos u organismos profesionales que sólo aprueban a una determinada cantidad de candidatos por año. Muchas de las organizaciones cuyo propósito es protegernos de profesionales «no cualificados» en realidad sirven para mantener altos los honorarios de los profesionales «cualificados» que ellos mismos nos recomiendan. De

hecho, muchos de nosotros nos contentamos con solicitar, de manera informal, consejo legal a profesionales experimentados que carecen de titulación oficial —así como también consejo médico a estudiantes de medicina, médicos extranjeros o terapeutas alternativos—. Pero las asociaciones profesionales legal y médica hacen todo lo posible para limitar la disponibilidad de profesionales completamente cualificados y proscribir a sus sustitutos de menor coste: si no puedes costear el arrendamiento de las mejores tierras, no tendrás acceso al monte bajo o a la pradera porque están prohibidos. No resulta asombroso que George Bernard Shaw dijera que «todas las profesiones son conspiraciones contra los legos».

Y ahora... una polémica

La inmigración siempre ha sido un asunto delicado para los Estados Unidos y, aunque la seguridad nacional se ha convertido recientemente en una preocupación, el debate continúa girando en torno a una vieja pregunta: ¿nos roban los inmigrantes nuestros empleos? Tal vez roben el tuyo, pero definitivamente no han robado el mío.

Los trabajadores instruidos, cuyos empleos requieren de maestría y capacitación, junto con los hombres de negocios que necesitan de mano de obra barata, tienden a recibir bien a la inmigración, como parte de un proceso de enriquecimiento que aporta a la vida económica y cultural de cada nación, mientras que los trabajadores poco instruidos tienden a rechazar los nuevos movimientos migratorios de trabajadores no cualificados con el argumento de que «nos roban nuestros empleos». Tal vez, esta descripción sea demasiado caricaturesca, pero tiene sentido desde el punto de vista del interés personal.

Siendo yo uno de estos trabajadores cualificados, no me gusta la resistencia que se opone a los inmigrantes, y me gustaría ver un incremento en la inmigración. Pero bueno, es lógico, ¿no? Al necesitar mano de obra tanto cualificada como no cualificada para hacer determinados trabajos útiles, me beneficiará que lleguen al país más trabajadores no cualificados, aunque esto tendrá el efecto contrario sobre los trabajadores no cualificados que ya están aquí.

Imagina que tanto yo como mis conciudadanos instruidos somos terratenientes, pero en lugar de «buenas tierras», estamos hablando de «títulos». Mis habilidades y mis cualificaciones son un recurso, de la misma manera en que la buena tierra lo es. Pero ¿son mis habilidades un recurso realmente escaso? Imagina que voy a trabajar para el equipo de dirección de Wal-Mart. Cuando mis habilidades (no seamos muy específicos acerca de cuáles deberían ser) se combinan con el duro trabajo de los dependientes de las tiendas y los que colocan los productos en las estanterías, nos convertimos en un equipo productivo. Quien disfrute de los beneficios será quien posea las capacidades que escaseen en ese momento. Si en el país hay escasez de personas no cualificadas que coloquen productos en los anaqueles, sus salarios deberán aumentar para atraer personas a este tipo de tarea. Pero si lo que falta en el país son gerentes cualificados, y está lleno de personas no cualificadas que apilen productos, a mí me pagarán bien por mi valor de escasez, al igual que a los terratenientes se les pagaba bien por las tierras escasas una vez que ya se habían presentado suficientes agricultores.

Algunos dicen que la resistencia de la clase trabajadora a la inmigración se debe al racismo. Una teoría alternativa, y más convincente, sugiere que todos actuamos basados en nuestro interés personal. Los nuevos trabajadores resultan favorables para aquellas personas cuyos recursos se tornan relativamente escasos, ya sean esos recursos tierras o títulos universitarios; pero es entendible que los trabajadores ya establecidos se resistan al ingreso de nuevos trabajadores. De hecho, las personas que resultan más afectadas por las nuevas inmigraciones son los grupos previos de inmigrantes, cuyos salarios se tornan bajísimos.

Los hechos permiten la aplicación de la teoría de Ricardo a la inmigración. Los inmigrantes cualificados hacen que los salarios de los nativos cualificados descendan, y los inmigrantes no cualificados hacen que a los salarios de los nativos no cualificados les suceda lo mismo. En el Reino Unido, los salarios de los enfermeros del Servicio Nacional de Salud se han mantenido bajos debido a la afluencia de treinta mil enfermeros extranjeros. Allí, los inmigrantes tienen un cincuenta por ciento más de posibilidades que los nativos de obtener un título universitario. En contraste, en los Estados Unidos, que recibe una cantidad mucho mayor de inmigrantes no cualificados que el Reino

Unido, son los salarios de los trabajadores no cualificados los que se han mantenido bajos: los ingresos de este grupo no han mejorado en treinta años.

¿Qué deberían hacer los economistas?

A lo largo de este capítulo hemos estado pensando como economistas. Pero ¿qué significa eso? Hemos utilizado un importante modelo económico para profundizar nuestra comprensión sobre una variedad de situaciones. El capítulo ha ido desde un análisis aparentemente objetivo sobre quién gana dinero en el negocio del capuchino, hasta el peli-groso terreno político de la planificación de restricciones y de la inmigración.

Algunos economistas podrían decir que no hay diferencia entre su análisis del coste de alquiler de las cafeterías y su análisis sobre la inmigración. En buena medida esto es cierto. En muchos aspectos, la economía es como la ingeniería: te dirá cómo funcionan las cosas y qué podría llegar a suceder al cambiarlas. Los economistas pueden demostrar que permitir la entrada de muchos inmigrantes cualificados ayudará a controlar la brecha entre los salarios del personal cualificado y no cualificado, al tiempo que permitirá el ingreso de inmigrantes no cualificados tendría el efecto contrario. Lo que las sociedades y sus líderes hagan con la información es otra cosa.

Sin embargo, que la economía en sí misma sea una herramienta para realizar análisis objetivos no significa que los economistas siempre sean objetivos. Los economistas estudian sobre el poder, la pobreza, el crecimiento y el desarrollo. Es difícil enarbolar los modelos que yacen bajo estos asuntos y permanecer impasible ante el mundo real que se esconde detrás de ellos.

Por lo tanto, a veces los economistas dan un paso más allá de su rol de ingenieros de las políticas económicas y se convierten en combatientes activos. David Ricardo, por ejemplo, fue un pionero en la defensa del libre comercio. Su amigo James Mill lo alentó a que se presentase como candidato al Parlamento: obtuvo un escaño en 1819, cuando abogó por la revocación de las Leyes del Cereal (Corn Laws),

que imponían una restricción severa a la importación de cereales. Las teorías de Ricardo habían demostrado claramente que las Leyes del Cereal estaban reportando enormes sumas de dinero a los terratenientes, a expensas de todos los demás pobladores del país. Ricardo no podía quedarse simplemente observando los efectos de estas leyes: quería abolirlas.

Hoy en día, los economistas llegan a conclusiones similares sobre leyes proteccionistas, las cuales, como veremos en el capítulo nueve, protegen a grupos de presión privilegiados a costa de todos los demás, ya sea que estemos en el mundo desarrollado o en países en vías de desarrollo. Miles de millones de personas podrían verse beneficiadas con mejores políticas económicas, y millones de personas mueren a causa de malas políticas económicas. En ocasiones, la lógica de la economía es tan convincente que resulta imposible para los economistas no tomar una postura al respecto.

Lo que los supermercados no quieren que sepas

Quienes hayáis visitado Londres últimamente, es probable que estuviérais en el London Eye («Ojo de Londres»), la famosísima noria de la capital: una rueda gigante de 135 metros de altura, que tiene 32 cabinas de vidrio, en las que caben 25 personas y que efectúa un recorrido de media hora, para que los visitantes obtengan una bella vista panorámica londinense. En un día soleado podéis comprar un capuchino en Costa Coffee y sentaros a beberlo mientras las cabinas de la noria giran en lo alto, interponiéndose de vez en cuando entre vosotros y el sol... uno de los placeres simples de la vida.

Si miráis toda el área circundante al *Ojo*, podréis ver vendedores con escasos recursos que tratan de explotar esa escasez. Por ejemplo, Costa Coffee es la única cafetería situada en el área inmediata a la noria. También hay una única tienda de recuerdos, que vende muchísimo. Sin embargo, el ejemplo más obvio es el de la misma noria: su altura es superior a la de la mayoría de los edificios más famosos de esa ciudad y es el poder de la escasez es de gran magnitud, pero no ilimitado: el London Eye puede ser único, pero también es optativo. Las personas siempre pueden elegir no visitarlo. Un poco más allá, siguiendo el río, la Millennium Dome (Cúpula del Milenio: un inmenso elefante blanco que fue diseñado para ser utilizado durante las celebraciones del milenio y que fue financiado con fondos gubernamentales) es de una singularidad similar, «la estructura en forma de cúpula más grande del mundo», anuncia con orgullo el Ayuntamiento. No obstante, la Cúpula ha sido

un desastre comercial, ya que el mero hecho de ser única no ha sido suficiente para persuadir a la gente de que pague la cantidad de dinero necesaria para cubrir su inmenso coste de construcción. Las tiendas que cuentan con el poder de la escasez no pueden forzarnos a pagar un precio ilimitado por los productos que ofrecen, pero pueden elegir una de las tantas estrategias existentes para hacernos pagar una suma de dinero superior. Es hora de que el Economista Camuflado se ponga a trabajar y averigüe un poco más sobre este asunto.

Al ser el único proveedor de café próximo al London Eye, la cafetería Costa Coffee ejerce un absoluto poder de la escasez sobre sus clientes. No es algo innato en ella, sino que es reflejo de la gloria que le concede su espectacular ubicación. Como sabemos, debido a que los clientes pagarán altos precios por un café ubicado en un lugar atractivo, el alquiler de Costa será elevado. Los propietarios del local que Costa alquila también le alquilan a esa misma cafetería una parte del valor de la escasez, del mismo modo que lo hacen los propietarios de los rascacielos de Manhattan o de las estaciones de ferrocarril desde Waterloo hasta Shinjuku. La escasez está en alquiler (y al precio justo).

Sin embargo, ¿de qué manera debería explotar Costa la escasez que el London Eye le alquila? Podría, sencillamente, aumentar el precio del capuchino de 1,75 libras (alrededor de tres dólares) a 3 libras (casi seis dólares). Algunos lo pagarían, pero no muchos —recuerda el caso de la Cúpula del Milenio: la escasez te otorga poder, pero no se trata de un poder ilimitado—. Otra posibilidad sería reducir los precios y vender mucho más café. Costa podría cubrir los salarios y las distintas materias primas con cobrar sólo 60 peniques (alrededor de un dólar) por taza de café. Sin embargo, a menos que fuera capaz de aumentar sus ventas exponencialmente, no ganaría lo suficiente como para pagar el alquiler. Ése es el dilema: márgenes más grandes por taza, pero menos tazas, o márgenes más pequeños en más tazas.

Costa bien podría evitar ese dilema cobrándole 60 peniques a quienes no desean pagar un precio más alto y 3 libras a quienes están dispuestos a pagar mucho por disfrutar del café y de la vista. De ese modo, podría obtener grandes márgenes cada vez que le fuera posi-

ble y seguiría vendiéndole café a los tacaños por un pequeño margen. ¿Cómo hacerlo? Teniendo una carta que diga: «Capuchino: 3 libras, a menos que sólo esté dispuesto a pagar 60 peniques?»

Capuchino para el derrochador	£3.00
Capuchino para el ahorrativo	60 p

Aunque tiene cierto atractivo, dudo que el concepto se impusiera entre los consumidores de café en el South Bank de Londres. Así pues, Costa debe ser más sutil.

Durante un tiempo, Costa utilizó una estrategia elegante: al igual que muchas cafeterías en estos días, ofrecía café de Comercio Justo; en su caso en particular, el café provenía de una marca líder llamada Cafédirect. Esta marca se comprometía a ofrecer buenos precios a los productores de café en los países pobres. Durante varios años, los clientes que deseaban brindarle su apoyo a los productores del Tercer Mundo —y, aparentemente, este tipo de clientes no es poco común en Londres— pagaban una suma extra de 10 peniques por su café. Tal vez pensarán que esos 10 peniques iban al esforzado productor de café; sin embargo, la evidencia sugería que casi nada de ese dinero iba a ninguna otra parte más que a la caja registradora de Costa.

Cafédirect les pagaba a los productores una prima de entre 40 y 50 peniques por cada libra de café (aproximadamente, medio kilogramo). Esa suma de dinero adicional, aunque relativamente pequeña, casi puede duplicar el ingreso de un productor en Guatemala, donde la media de ingresos es inferior a los 2.000 dólares anuales. Y, sin embargo, dado que el tradicional capuchino se prepara con un cuarto de onza (unos siete gramos) de granos de café, la prima pagada al productor tan sólo debería traducirse en un incremento del coste de menos de un penique por taza.

De la suma adicional que cobraba Costa, más del 90 por ciento desaparecía en algún lugar entre el cliente y el productor. Por lo tanto, o bien Costa y Cafédirect desperdiciaban el dinero (a través de costes más altos) o éste era sumado a sus ganancias. Las asociaciones de Comercio Justo asumen un compromiso con los productores, no con los consumidores. Si compras café de Comercio Justo, se te garan-

tiza que el productor recibirá un buen precio, pero no hay garantías de que *tú* también recibas un buen precio. Lo cierto es que, como los granos de café son sólo una pequeña porción del coste de producción del capuchino, los vendedores de café de Comercio Justo podrían pagar dos, tres y hasta cuatro veces el valor del mercado del café en los países en vías de desarrollo sin necesidad de agregarle a su coste una suma adicional tan notoria. Al recargar 10 peniques adicionales, se daba una equívoca impresión de cuánto dinero costaba realmente conseguir el café de Comercio Justo. Tras una serie de investigaciones llevadas a cabo por un tal Economista Camuflado, Costa se dio cuenta de que, en general, el tema producía una impresión errónea y, a finales de 2004, comenzó a ofrecer café de Comercio Justo a petición del cliente y sin ningún tipo de recargo adicional. Costa abandonó la práctica del recargo porque era perjudicial para las relaciones públicas, no porque no diera ganancias. Pero ¿por qué era rentable aumentar el margen de ganancia en el coste de producción del café de Comercio Justo y no en el del café común? Sin duda, la razón no era que Costa rechazase el concepto del Comercio Justo e intentara desalentar ese comportamiento idealista mediante su política de precios. La razón nada tiene que ver con ese concepto de comercio justo: el café de Comercio Justo permitió que Costa identificara a los clientes que estaban dispuestos a pagar un poco más por su café si se les daba una razón para hacerlo. Al pedir un capuchino de Comercio Justo, enviabas dos mensajes a Costa. En el primero de ellos, Costa estaba muy poco interesado: «Creo que el café de Comercio Justo debe ser apoyado».

Sin embargo, se deshacía por escuchar el otro: «Realmente no me importa pagar un poco más».

Este mensaje le suministró de inmediato a Costa la información que buscaba. Sabía que los ciudadanos con conciencia social tienden a ser poco cuidadosos con la forma en que gastan su dinero en las cafeterías, mientras que aquellos ciudadanos que no tienen esa conciencia tienden a fijarse en los precios.

Capuchino para clientes con conciencia social	£1,85
Capuchino para clientes sin conciencia social	£1,75

La estrategia de Costa fue diseñada para obtener el valor máximo del poder de la escasez que le ha alquilado al London Eye. La empresa se debate entre aumentar los precios y perder clientes o bajar los precios y perder márgenes. Si tiene que cobrar el mismo precio a todos los clientes, simplemente debe determinar cuál es el mejor equilibrio posible entre las dos opciones. Sin embargo, si puede cobrarle un precio alto al cliente derrochador (o con conciencia social), y un precio bajo al cliente ahorrativo (o sin conciencia social), puede aprovechar lo mejor de las dos alternativas. Y no hay que preocuparse por si Costa ya no puede aplicar esta estrategia, pues tiene muchísimas otras formas de identificar a los clientes a quienes puede cobrarles un precio superior. También existe nada extraño o maquiavélico con respecto a Costa Coffee. Todo negocio bien administrado buscaría cobrarle a cada cliente el precio máximo que ese cliente estuviera dispuesto a pagar (y así lo hacen).

Fíjate en Starbucks, cualquier Starbucks. Pongamos por caso al que se encuentra en la esquina de P. Street y la calle 14, en Washington D. C. La lista de precios es como ésta:

Chocolate caliente	\$2,20
Capuchino	\$2,55
Café moca	\$2,75
Moca con chocolate blanco	\$3,20
Capuchino de veinte onzas*	\$3,40

O, traducido:

Chocolate caliente (sin ingredientes adicionales)	\$2,20
Capuchino (sin ingredientes adicionales)	\$2,55
Los dos anteriores combinados (me siento especial)	\$2,75
Utiliza un ingrediente en polvo diferente (me siento muy especial)	\$3,20
Que sea bien grande (me siento voraz)	\$3,40

* Aproximadamente medio litro. (N. del T.)

Starbucks no sólo trata de ofrecer un abanico de posibilidades a sus clientes, también intenta darles la oportunidad de demostrar que no han reparado en el precio en el momento de pedir. No cuesta mucho más dinero preparar una taza de café más grande, utilizar un jarabe saborizante o agregar chocolate en polvo o un chorrito de nata montada. Cada producto de esta carta tiene casi el mismo coste de producción para Starbucks, con una diferencia de uno o dos centavos de dólar.

¿Esto significa que Starbucks les cobra de más a todos sus clientes? No. Si fuera así, un capuchino o chocolate caliente regular te costaría 3,30 dólares y podrías tener todos los ingredientes adicionales que quisieras por 10 centavos de dólar. Tal vez a Starbucks le gustaría ponerlo en práctica, pero no puede obligar a los clientes que son sensibles a los precios a pagar esas sumas. Al cobrar precios totalmente distintos por productos que tienen, en general, el mismo coste, Starbucks puede descubrir quiénes son los clientes menos sensibles a los precios. Y como no tiene un modo de identificar fehacientemente a los clientes más derrochadores, los invita a que se hagan notar al elegir los productos más ostentosos.

Nace un tonto todos los días: dos modos de descubrirlo

Existen tres estrategias típicas que se utilizan para descubrir a aquellos clientes que tienen una actitud más indiferente con respecto al precio. Por ahora, veamos dos de ellas y reservemos la mejor para el final.

La primera estrategia es la que los economistas llaman «discriminación de precios de primer grado», pero nosotros podríamos llamarla estrategia del «objetivo único»: evaluar a cada cliente en forma individual y cobrarle de acuerdo con la suma que está dispuesto a pagar. Ésta es la estrategia que aplica el vendedor de coches usados o el agente inmobiliario. Por lo general, es una estrategia que demanda cierta habilidad y mucho esfuerzo. No ha de sorprender, entonces, que mayormente se la utilice con aquellos objetos que tienen un precio alto en comparación con el valor del tiempo invertido en ellos por el minorista: coches y casas, por supuesto, pero también los recuerdos que se

venden en los puestos callejeros de África, en donde al empobrecido comerciante le será rentable regatear el precio durante un tiempo para ganar un dólar adicional.

Sin embargo, ahora, las empresas están tratando de automatizar el proceso con el que evalúan a los clientes en forma individual para reducir el tiempo que ello les lleva. Por ejemplo, los supermercados, al darte las «tarjetas de descuento» necesarias para que aproveches las ofertas, recaban información sobre los productos en los que estás dispuesto a gastar tu dinero. A cambio de obtener ciertos productos a un precio menor, permites que los supermercados mantengan un registro de lo que compras y entonces, a su debido tiempo, te ofrecerán cupones de descuento sobre determinados productos. No funciona a la perfección, pues los supermercados sólo pueden dar cupones de descuento y no vales de dinero para que lo gastes. Esta última alternativa nunca ha tenido éxito.

Cuando la tecnología así lo permite, las empresas que disfrutan del poder de la escasez pueden utilizar métodos muy sofisticados para identificar a los distintos clientes. Ya no es un secreto que los comerciantes de Internet, como es el caso de Amazon, pueden identificar a sus clientes mediante la colocación de un dispositivo de rastreo llamado *cookie* en el ordenador de cada uno de ellos. Amazon tenía la costumbre de establecer sus precios basándose en los registros individuales de cada comprador. De este modo, realmente podía ofrecer algo similar a vales de dinero: al utilizar las tendencias mostradas en las compras realizadas anteriormente, ofrecía precios diferentes a dos lectores que querían comprar el mismo libro. Aun cuando a los supermercados les resultara más difícil que a las empresas con servicio de ventas por Internet, éstos podrían hacer lo mismo con la tecnología adecuada: cada cliente tendría una tarjeta de identificación y las etiquetas con los precios cambiarían según quien estuviera mirándolas.

Por supuesto que el método del «objetivo único» no goza de popularidad. En el caso de Amazon, los clientes comenzaron a darse cuenta de que si borran los *cookies* de sus ordenadores, se les ofrecen precios distintos y, a menudo, inferiores. Y cuando descubrieron lo que la empresa hacía, se produjo una gran protesta. Al igual que Costa, Amazon ha prometido no hacerlo más.

Curiosamente, la gente no tiende a objetar tanto el segundo método, la estrategia del «objetivo grupal», según la cual se ofrecen precios distintos a miembros de distintos grupos. ¿Quién se quejaría de las tarifas de autobuses con precios reducidos para los niños y los ancianos? ¿De verdad es más razonable que las cafeterías ofrezcan descuentos para quienes viven en las inmediaciones y que las atracciones turísticas permitan que los vecinos del lugar donde se encuentran emplazadas entren por un precio más bajo que el resto? A menudo, esto parece razonable porque quienes se encuentran en los grupos que pagan tarifas más altas, por lo general pueden pagarlas; y esto es así porque quienes pueden pagar más casi siempre son los que menos se preocupan por el precio. Sin embargo, no deberíamos olvidar que se trata sólo de una afortunada casualidad. Las empresas que intentan aumentar sus ganancias y obtener el máximo valor de la escasez con la que cuentan están interesadas en aquellas personas que están realmente dispuestas a pagar más, en lugar de en aquellas que podrían pagar más.

Por ejemplo, cuando Disney World, en Florida, ofrece a los vecinos de esa ciudad descuentos de más del cincuenta por ciento en la entrada, no es porque quiera transmitir algún tipo de mensaje sobre la miseria absoluta que sufre el que llaman Sunshine State («Estado del Sol»). Sencillamente, la empresa sabe que es probable que, por una entrada de menor precio, los vecinos de Florida vayan con más regularidad al parque. Sin embargo, los turistas seguramente lo harán una sola y única vez, sin importar si la entrada es cara o barata.

Este ejemplo muestra la real naturaleza de las cosas y nos aclara lo que queremos decir cuando hablamos de «ser sensible al precio» o «ser derrochador» o «ser indiferente al precio». El concepto que importa es el siguiente: cuando subo un precio, ¿cuánto caen mis ventas? Y cuando rebajo un precio, ¿cuánto suben mis ventas? Los economistas tienden a llamarlo «elasticidad inherente al precio». Personalmente, creo que la expresión «sensibilidad al precio» es un poco más descriptiva.

Los turistas que visitan Florida son menos sensibles a los precios que los vecinos de esa ciudad, lo cual significa que si Disney World aumenta sus precios, es más probable que los vecinos eviten pasar un día en el parque. Por la misma razón, si el valor de la entrada baja, esos mismos vecinos pueden llegar a visitar el parque repetidas veces

y con una frecuencia que seguramente los turistas no podrán igualar. Algunas veces, se vincula el hecho de ser rico con ser insensible a los precios, pero no siempre es así. Los pasajes aéreos en la clase ejecutiva son caros porque las empresas están dispuestas a pagarlos y las aerolíneas cuentan con el poder de la escasez que les permite aprovecharse de ese hecho. Las llamadas telefónicas comerciales no son caras, porque aun cuando las empresas estuvieran dispuestas a pagar más por ellas, existe demasiada competencia como para que aquellas puedan forzarlas a hacerlo.

Lo mismo ocurre con los descuentos en las cafeterías a los trabajadores vecinos de una determinada zona. La cafetería AMT, ubicada en la estación Waterloo de Londres, rebajará un 10 por ciento el valor de tu café si trabajas por la zona. El descuento no se debe a que los trabajadores de la zona sean pobres, pues en ese grupo están incluidos los funcionarios de rango elevado del Gobierno y los empleados que reciben desmesurados salarios por parte de la gigantesca compañía petrolera Shell. El descuento refleja el hecho de que los trabajadores de la zona son sensibles a los precios, a pesar de ser ricos. Quienes pasan rápidamente por Waterloo camino al trabajo sólo ven una o dos cafeterías y están dispuestos a pagar altos precios por tenerlas tan a mano. En cambio, los trabajadores de la zona que salen por un rato de la oficina, a las once de la mañana, para tomar un café, pueden caminar en cualquier dirección: pueden consumir en distintas cafeterías, todas igual de cómodas en cuanto a su ubicación, y tendrán la oportunidad de probar el café de cada una de ellas. Sin duda, van a ser más sensibles a los precios, aun si son ricos.

La estrategia del «objetivo individual» resulta difícil de llevar a cabo, en parte porque requiere recabar mucha información, y en parte porque suele ser muy impopular. A pesar de las dificultades, sin embargo, es tan rentable que las empresas siempre investigan nuevas formas de ponerla en práctica. La estrategia del «objetivo grupal», de descuentos para estudiantes o vecinos, es menos eficaz, pero más fácil de aplicar y, por lo general, está aceptada socialmente, incluso hasta es bien recibida. Cualquiera de las dos estrategias redundará en mayores ganancias que si se trata a los clientes como a una única masa homogénea.

El tercer modo: que los pavos voten a favor del Día de Acción de Gracias

El modo más inteligente y frecuente de persuadir a los pavos para que voten a favor del Día de Acción de Gracias (día festivo en EE. UU., en el que es tradicional comer pavo asado) es a través de la estrategia de la «autoincriminación», que es la que utilizan Costa Coffee y Starbucks cuando hacen que algunos de sus clientes confiesen que no son sensibles a los precios. Para lograr que los clientes se delaten, las empresas deben vender productos que se diferencien ligeramente uno del otro. Por lo tanto, ofrecen productos en diferentes cantidades (un capuchino grande en vez de uno pequeño o una oferta de tres productos al precio de dos) o con diferentes características (con nata montada, con chocolate blanco o con materias primas del Comercio Justo) o incluso en diferentes ubicaciones, porque un sándwich en el quiosco de una estación no es el mismo producto que otro sándwich físicamente idéntico al primero pero en un hipermercado fuera de la ciudad.

Es lógico preguntarse cuán usual es esta táctica en realidad. Como los productos son diferentes, uno nunca está del todo seguro de si la empresa se está valiendo del truco de fijar los precios en función del cliente o si sencillamente le está trasladando a éste los costes adicionales. Podría ser que realmente costara 10 peniques más (aproximadamente veinte centavos de dólar) ponerle al capuchino café de Comercio Justo; tal vez la refrigeración que necesitan los tartos de nata montada sea cara, y además estos últimos sean difíciles de limpiar y por eso los empleados los detesten; podría ser que se tarde más tiempo en tomar una taza grande de café y, por lo tanto, el importe adicional se deba a la utilización de la mesa y no al café en sí (en cuyo caso poner ese producto a un precio mayor no es una estrategia de Costa para que me «autoincrimine», sino que la empresa sencillamente me traslada sus costes). Sin embargo, creo que puede decirse sin temor a equivocarme que las empresas siempre están atentas a descubrir nuevos modos de obtener la mayor ventaja de cualquier poder de la escasez que tengan, y la fijación de precios por segmento de clientes es el modo más frecuente de lograrlo. Si parece que el precio fue fijado en virtud del cliente potencial, probablemente así sea.

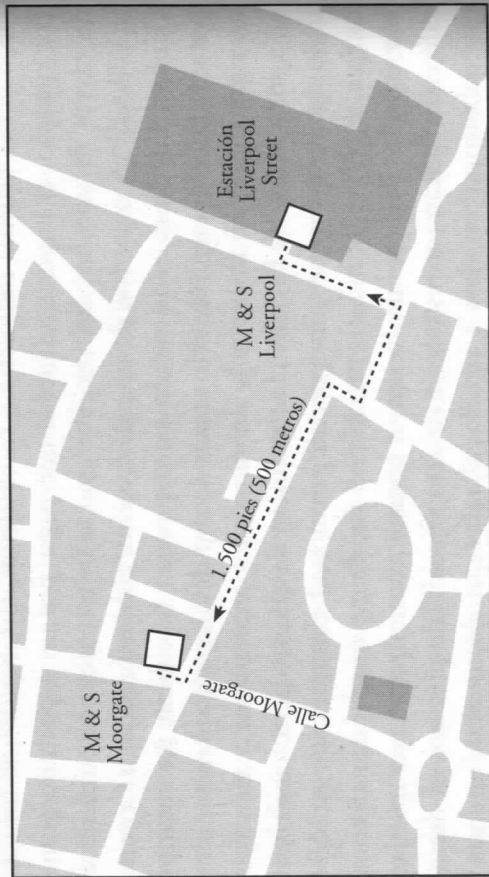
Aunque la utilización de esta estrategia es difícil de probar, existen muchas pruebas indirectas a tu alrededor, si sabes dónde buscar. Por ejemplo, el importe adicional que pagas por un capuchino grande en vez de uno pequeño es el mismo si lo tomas en la cafetería o te lo llevas. (A excepción de mi café favorito, el Monmouth en Covent Garden, Londres: como tienen poco espacio, te cobran un recargo por un capuchino grande si lo tomas dentro del negocio, pero si pides un capuchino para llevar, te lo cobran a un precio menor y viene en un solo tamaño. He llegado a la conclusión de que son personas demasiado agradables como para generar ganancias.) Entonces, no es lógico que te cobren el mismo precio si el fin de ese cargo extra es ahorrar espacio. Por lo tanto, tenemos buenas razones para creer que las cafeterías aplican una estrategia de «autofijación de precios», es decir, que cobran precios altos a aquellos clientes que demuestran una predisposición a pagarlos.

Las cafeterías no están solas

Los supermercados han hecho un arte de la fijación de precios en función del cliente y han desarrollado un gran abanico de estrategias para alcanzar ese fin. Sobre el vestíbulo principal de la estación Liverpool Street, en la ciudad de Londres, está ubicado el local de Marks & Spencer «Simply Food», concebido para los apresurados pasajeros que se dirigen a su trabajo dentro o fuera de Londres. A estas alturas, ya conocemos el valor de la escasez en las estaciones de tren; por lo tanto, tal vez no debería sorprendernos descubrir que los precios de este negocio no son baratos, ni siquiera comparados con los de otra sucursal de Marks & Spencer que se encuentra apenas a unos quinientos metros sobre la calle Moorgate.

Elegí cinco productos al azar del local de la calle Liverpool Street y logré encontrar cuatro de esos mismos productos en el local de la calle Moorgate. Cada uno de los productos costaba alrededor de un 15 por ciento menos en el último local. Las ensaladas grandes bajaban de 3,50 libras a 3 libras, los bocadillos, de 2,20 libras a 1,90 libras. Sin embargo, aun cuando dichas discrepancias saltan a la vista, pocos

¿Cuánto caminarías para ahorrar treinta peniques?



Aproximadamente quinientos metros es todo lo que separa a dos locales de Marks & Spencer que tienen políticas de precios distintas; sin embargo, para la mayoría de los residentes de la ciudad, no vale la pena caminarlos.

de los trabajadores de la zona estarían dispuestos a caminar esa cantidad de calles para ahorrar 30 peniques, alrededor de medio dólar. Una muestra audaz y efectiva de la fijación de precios según el cliente.

Otros supermercados son más circunspectos con respecto a su política de precios. Una vez más, actuando de forma encubierta, hice una comparación entre Sainsbury, un supermercado más bien pequeño ubicado en Tottenham Court Road, en pleno corazón del West End de Londres, y un supermercado de la misma cadena pero más grande y ubicado en Dalston, uno de los vecindarios más prósperos del este de Londres. Fue más difícil, en este caso, encontrar ejemplos de productos idénticos que tuvieran distintos precios de venta, aunque de ningún modo fue una tarea imposible. ¿Esto significa, entonces, que Sainsbury no fija los precios con arreglo al cliente en igual medida que M&S? De ninguna manera. Sencillamente, llevan a cabo el proceso de una manera más sutil.

Al investigar a Sainsbury, mi método fue el mismo que utilicé con M&S: caminar por el local y ver qué llamaba mi atención. Como ya es probable que sepas, lo que llama nuestra atención a medida que recorremos un supermercado no es casual, sino que es el resultado de una cuidadosa planificación diseñada para colocar productos atractivos, pero también rentables, a nuestro paso. Lo que hace que un producto sea atractivo depende del cliente en cuestión. En el local ubicado en Tottenham Court Road, las mercancías más vistosas eran todas bastante caras: el zumo de naranja Tropicana estaba a 1,95 libras el litro; el «Licuado» de Tropicana estaba a 1,99 libras por 100 ml; 750 ml de agua mineral Vittel costaban 80 peniques; y así sucesivamente. La cuestión no era que estos productos resultasen más caros en Tottenham Court Road que en Dalston (de hecho, sólo el agua Vittel tenía un precio superior), sino que en este último los sustitutos más baratos de esos productos saltaban fácilmente a la vista. Por ejemplo, no puede encontrar ningún zumo de naranja económico en el local de Tottenham Court Road, pero en Dalston la marca de zumos naturales propia de Sainsbury se encontraba al lado del zumo Tropicana, aproximadamente a mitad de precio, y el zumo concentrado era casi seis veces más barato que el zumo Tropicana. Las pastas de marcas reconocidas estaban al mismo precio en los dos locales, aunque sólo en Dalston se encontraban ubicadas al lado de la pasta marca Sainsbury, que, una vez más, resultaba casi seis veces más barata. El objetivo era dedicar todo el local de Tottenham Court Road a aquellos compradores que son indiferentes a los precios; y, sin embargo, destinar el local en Dalston a los compradores que tenían un buen ojo para detectar las ofertas y permitir así, por supuesto, que cualquier comprador de Dalston que no se fije en los precios tenga muchísimas oportunidades para mostrarse tal como es.

Incrementar en forma desmesurada los precios de lo natural

Los mejores fijadores de precios compagan sus esfuerzos por mejorar las ganancias con un comportamiento aparentemente virtuoso; sin embargo, hemos visto de qué modo Costa Coffee falseaba su com-

Sin embargo, al igual que lo que sucede con tu capuchino, las materias primas representan sólo una parte del precio de la mayoría de los alimentos que se encuentran en las estanterías del supermercado. Por ejemplo, en el Reino Unido, la leche orgánica exige un montante extra de aproximadamente 50 centavos de dólar por cuarto de galón (casi un litro), pero el productor ve menos de 20 centavos de dólar por esa cantidad. No debería sorprendernos que los supermercados se aprovecharan de la oportunidad que les brinda la corriente a favor de los alimentos ecológicos para bombardear a los clientes con unos ciertos aumentos de precios. Mi consejo, si estás convencido de los méritos de los alimentos orgánicos, es que no permitas que los minoristas de los productos alimenticios se aprovechen de tu entusiasmo: por medio de tu bolsillo, demuestra tu apoyo a cualquier minorista o proveedor directo que lleve el precio de los alimentos ecológicos a un nivel más cercano al de los alimentos no orgánicos.

Compras baratas y locales baratos

Cada vez que menciono que vivo cerca del supermercado Wholefoods, en el centro de Washington D. C., todos comentan qué maravilloso es ese negocio: Wholefoods se enorgullece de ser «el supermercado líder en el mundo de los alimentos orgánicos y naturales», publicita su participación en la comunidad y ofrece una «maraña» de frutas y vegetales frescos junto a filetes libres de hormonas, quesos y cervezas europeas, y exquisitos chocolates. Es un grato lugar para hacer las compras y ofrece excelentes alimentos. No obstante, mis amigos y conocidos se quejan de lo caro que es Wholefoods. Sin embargo..., ¿es realmente así?

La respuesta depende de lo que consideres como caro. Apparentemente, las personas poseen algún tipo de mecanismo mental de comparación de precios. Sería justo comparar los precios de Wholefoods con los de Safeway, un local que se encuentra a tan sólo cinco cuadras de distancia y que es conocido por los vecinos de la zona como «el Safeway soviético», debido a que tiene muy poca variedad de productos y su decoración es escasa. Si se compara el precio de la típica

promiso con Comercio Justo, al usarlo para identificar a los clientes que tenían dinero para gastar. También es un buen negocio ofrecerle descuentos a los ancianos y a los estudiantes (traducción: cobrarle precios más altos a quienes, probablemente, tienen un trabajo). ¿Quién, salvo un cínico —o un economista—, podría objetar un comportamiento tan loable?

En este momento, la jugada preferida tiene que ser aumentar desmesuradamente los precios de lo natural, subiéndose al tren de los alimentos ecológicos (también llamados biológicos u orgánicos). Este tipo de alimentos se está poniendo de moda por distintas razones, incluyendo entre ellas el hecho de que, tras los reiterados episodios de pánico causados por las enfermedades que se transmiten por medio de los alimentos, muchas personas creen que los productos ecológicos son mejores o, por lo menos, no los matarán. Los supermercados han salido al rescate con un gran suministro de productos orgánicos cuyo precio es muy superior al coste adicional que generan. En los supermercados británicos, estos productos están ubicados, por lo general, en una misma sección: en apariencia, para la comodidad de quien compra dichos productos, pero también resulta ser una ventaja para los supermercados que, de ese modo, reducen el riesgo de que dichos clientes adviertan el precio de los productos alternativos típicos. En Washington D. C., el local de Wholefoods se encuentra ubicado justo frente a Starbucks y su amplia y exuberante sección de vegetales contiene productos orgánicos y productos cultivados en forma convencional, unos al lado de los otros... pero siempre se coloca junto a un producto determinado otro completamente distinto: los plátanos ecológicos se encuentran junto a las manzanas «convencionales» (es decir, no orgánicas); el ajo ecológico se encuentra al lado de las cebollas convencionales. Nunca encontrarás los plátanos orgánicos junto a los convencionales o al ajo biológico junto al convencional. La comparación de precios te haría pensar demasiado al respecto.

¿Pero son realmente los costosos alimentos ecológicos parte de una táctica de fijación de precios según el cliente? Los alimentos orgánicos deberían ser más caros: producirlos cuesta más y el tiempo durante el que pueden ser conservados para el consumo es menor; además, su coste de distribución es mayor que el de los productos comunes.

cesta de productos de un cliente de Wholefoods con el precio de la de un cliente de Safeway, nueve de cada diez veces será más alto el monto total de la cesta de Wholefoods. Sin embargo, este resultado dice más de los clientes que del negocio en sí. Si nos atenemos a los hechos susceptibles de verificación y comparamos los precios de los mismos productos, Wholefoods es tan económico como Safeway.

Safeway y Wholefoods tienen los plátanos al mismo precio, y lo mismo sucede con el envase de cartón de tomates cherry y tomates de pera. Hay que reconocer que los precios de Safeway para las cebollas amarillas, la manteca irlandesa y los productos de la línea Cheerios son más bajos que los de Wholefoods; sin embargo, Wholefoods tiene a un precio menor el agua mineral, el zumo de naranja Tropicana Premium y las cebollas dulces. La pura verdad es que si compraras una gran cesta, con exactamente los mismos productos, en Safeway y en Wholefoods, el precio a pagar probablemente variaría en un dólar o dos, e incluso podría suceder que Wholefoods resultase más barato.

Este resultado no encaja con lo que nuestro sentido común nos dice: que algunos lugares son baratos y otros son caros. Sin embargo, dicha creencia nunca tuvo demasiado sentido. Después de todo, si fuera previsible que un establecimiento cobre por un producto un precio más alto que otro que ofrece un servicio similar y se encuentra en una ubicación similar, eso implicaría que todos los clientes del primer negocio son unos tontos absolutos. Es más agradable hacer las compras en Wholefoods, pero, a la hora de la verdad, sólo se trata de un supermercado y lo recorres mientras llenas tu carro, al igual que lo harías en Safeway.

No se trata de que Wholefoods sea más caro porque cobra más dinero por los mismos productos, sino que resulta más caro debido al objetivo al que apuntan sus políticas de fijación de precios según el cliente: los precios de los productos básicos pueden ser competitivos, pero la selección en Wholefoods tiene como objetivo aquellos clientes con una idea distinta sobre lo que son productos «básicos». Por ejemplo, Safeway cobra un precio superior al de Wholefoods por el zumo de naranja Tropicana y por el agua mineral con gas Poland Spring. Para los clientes de Wholefoods, el zumo Tropicana y el agua con gas son productos básicos y por lo tanto deben tener un precio competitivo,

en tanto que los clientes de Safeway bien podrían considerar el agua del grifo y el zumo de naranja concentrado como alternativas perfectamente aceptables. El cliente de Safeway que compra agua con gas y zumo natural Tropicana demuestra un gusto por los artículos de lujo. El cliente de Wholefoods puede pasar por alto la opción más barata del zumo Tropicana e inclinarse en favor de una opción más cara, como es la de un «Smoothie», hecho con zumo de frutas recién exprimidas, en la caseta de zumos del propio supermercado.

Las básicas cebollas amarillas y dulces tienen un precio similar en los dos supermercados, pero en Wholefoods los clientes tienen la opción de escoger algunas variedades más sofisticadas: cebolla perla, cebolla colorada e incluso cebolla ecológica a un precio sustancialmente superior. Quien compre en Wholefoods y busque productos con un precio decente los encontrará, y quien tome el primer paquete de cebollas que vea pagará caro su falta de interés por los precios.

Esa es la razón por la cual una cesta con productos de Wholefoods puede costar mucho más que una con productos de Safeway. No se trata de que Wholefoods sea «caro» y sus clientes sean tontos, sino de que ese supermercado ofrece otras alternativas caras que sus clientes están dispuestos a aceptar, porque consideran que la calidad superior de esos productos bien lo vale. Por eso, éste es mi consejo: si quieres una buena oferta, no busques un negocio barato; trata de comprar barato. Los productos similares, muy a menudo, tienen precios similares. Un paseo caro por el supermercado es el resultado de una descuidada selección de productos con un precio elevado, más que el resultado de haber recorrido una tienda con un «mal precio», ya que la fijación de precios con arreglo al cliente tiene una mayor incidencia en la diferencia entre los precios que cualquier diferencia que exista entre un supermercado caro y otro barato.

(Complicato!

Otra estrategia de precios muy frecuente es la de la temporada de rebajas. Estamos tan acostumbrados a ver que una tienda oferte cientos de sus productos a un precio reducido que no nos detenemos a

pensar por qué lo hace. Si lo piensas bien, es un modo bastante decente de determinar los precios: el objetivo de realizar la temporada de rebajas es reducir el precio promedio que cobra el establecimiento; sin embargo, ¿por qué rebajar un 30 por ciento muchos de los precios dos veces al año cuando podrías bajarlos un 5 por ciento durante todo el año? Modificar los precios es todo un embrollo para las tiendas, porque deben cambiar sus etiquetas y su propaganda; entonces, ¿por qué le encuentran sentido a semejante complicación?

Una explicación es que las temporadas de rebajas constituyen una efectiva forma de autofijación de precios por parte del cliente. Si algunos clientes recorren varias tiendas en busca de una buena barata y otros no, es mejor que estas tiendas tengan o bien precios altos, que logren obtener dinero de los clientes fieles (o perezosos), o bien precio bajos, que atraigan a los cazadores de gangas. Los precios que se encuentran a mitad de camino entre el más alto y el más bajo no son buenos: no son lo suficientemente altos como para aprovecharse de los clientes fieles, pero tampoco lo suficientemente bajos como para atraer a los cazadores de rebajas. Sin embargo, ahí no termina la historia, pues si los precios permanecieran estables, entonces, sin duda, hasta el cliente menos sensible a los precios sabría dónde comprar ciertos productos a un precio bajo. Por lo tanto, en lugar de mantener los precios altos o bajos en forma constante, las tiendas saltan de un extremo al otro.

Una situación que se da con frecuencia es la de dos supermercados que compiten por los mismos clientes. Como hemos visto, es difícil que uno de ellos sea sistemáticamente más caro que el otro sin llegar a perder muchas ventas; por lo tanto, ambos tendrán precios similares en promedio, pero también ambos mezclarán sus niveles de precios. De ese modo, podrán distinguir a los cazadores de ofertas de aquellos clientes que necesitan cierto tipo específico de productos, como por ejemplo quienes van de compras en busca de determinados ingredientes necesarios para la receta, de un determinado libro de cocina, que van a preparar para la cena de una fiesta. Los cazadores de gangas escogerán cualquier artículo que esté rebajado y harán algo con él; en cambio, quienes van de compras porque están organizando una fiesta van al supermercado para adquirir determinados productos y serán menos sensibles a los precios. La estrategia de la fija-

ción del precio según el cliente funciona únicamente porque el supermercado siempre modifica su estructura de rebajas especiales y porque es muy problemático para el cliente pasar por las dos tiendas. Si los clientes pudieran predecir exactamente aquello que fuera a tener un descuento, podrían elegir las recetas con anticipación e incluso elegir también el supermercado adecuado, en el que podrían comprar los ingredientes a menor precio.

En realidad, es igual de preciso, y más esclarecedor, darle la vuelta al concepto de «rebaja» y considerar los precios como «recargos» respecto del precio rebajado antes que como descuentos sobre el precio normal. El patrón aleatorio de las rebajas determina también unas pautas aleatorias en los aumentos de precios —para las empresas es más rentable elevar los precios (por encima del precio rebajado) hasta que alcancen un importe muy superior, siguiendo un patrón impredecible, que aumentarlos sólo un poco, siguiendo una conducta predecible—. A los clientes les resulta problemático evitar los aumentos de precios impredecibles —y tal vez ni siquiera los noten en productos de poco valor—, pero les resulta fácil evitar los que son predecibles.

La próxima vez que vayas al supermercado, trata de fijarte en las extrañas mezclas de precios. ¿Has notado que los supermercados, a menudo, cobran diez veces más por los pimientos chiles ya empaquetados que por los que se venden a granel? Eso es porque el típico cliente compra en pequeñas cantidades y ni siquiera piensa en comprobar si su precio es de 4 centavos de dólar o de 40 centavos. Triplicar al azar el precio de alguna verdura es uno de los trucos favoritos: los clientes que se dan cuenta del incremento comprarán esa semana otra verdura; y, de ese modo, no se habrán «autofijado» ese enorme aumento de precio.

Una vez, mientras buscaba patatas fritas, vi un truco particularmente ingenioso. Mi marca favorita con sabor a sal y pimienta se encontraba en el estante superior de la estantería y en el estante inferior, a pocos centímetros de distancia, se encontraban los demás sabores. En los dos estantes los paquetes eran del mismo tamaño. Las patatas fritas del estante superior costaban un 25 por ciento más que las del estante inferior y

los clientes que las escogían demostraban que no habían realizado una comparación de precios entre dos productos casi idénticos, en casi idéntica ubicación. Estaban más interesados en comérselas.

Hay que reconocer que para algunas personas la diferencia entre sabores es importante. Algunos notarán que las que tienen sabor a sal y pimienta tienen un precio más alto, pero, aunque esto les irrite, lo pagarán de todas formas. Otros preferirán los demás sabores y se sentirán afortunados por tener un gusto barato.

No obstante, éste es un ejemplo de un tipo de verdad universal sobre los supermercados: están llenos de sustitutos parecidos (o no tan parecidos); algunos son baratos, otros son caros, pero todos comparten un fuerte elemento azaroso en su precio. El elemento fortuito se encuentra siempre presente, de modo que sólo los clientes que prestan cuidadosa atención, recuérdalo, y comparan precios obtendrán las mejores ofertas. Si lo que quieres es burlar a los supermercados, tu mejor arma es la simple observación. Y si no te molestas en practicarla, entonces es que, realmente, no necesitas ahorrar el dinero.

Chequeo de la realidad número uno:
¿la empresa tiene realmente el poder de la escasez?

Es hora de chequear la realidad. Cuando hablamos de las grandes empresas, es fácil que nos dejemos llevar por la idea de que éstas son infinitamente poderosas y que nosotros somos infinitamente ingenuos. No es verdad.

Recuerda que ninguna empresa tiene poder, a menos que cuente con el poder de la escasez, y a menudo esa escasez se la suministramos nosotros mismos por medio de nuestra pereza. Nada nos impide que caminemos calle abajo o que conduzcamos hasta el próximo local. Sin duda, tampoco nada nos impide efectuar un pequeño cálculo mental cuando compramos el chile, ni mirar durante dos segundos a nuestro alrededor cuando compramos patatas fritas.

Cada tienda tiene una pequeña cantidad del poder de la escasez, aunque sólo sea porque supone un esfuerzo salir e ir a la de al lado. Sin embargo, algunos tienen un poder de la escasez más grande que

otros y vale la pena pensar en ello cuando queremos determinar el riesgo que corremos de ser abordados por las estrategias de fijación de precios según cliente.

Por ejemplo, ¿cuál es la respuesta a la pregunta del capítulo anterior: por qué son más caras en los cines las palomitas de maíz? ¿Es por la misma razón por la que los vinos son más caros en los restaurantes? Sabemos que la primera respuesta a estas preguntas es: «Porque una vez que ya estás allí, te pueden cobrar lo que quieran». También sabemos que es probable que esta primera respuesta no sea cierta. Los clientes pueden ser tontos, pero no tanto. Las personas ya saben, antes de atravesar sus puertas, que les van a cobrar mucho más por el vino en los restaurantes y por las palomitas de maíz y las golosinas en los cines.

Ahora contamos con una respuesta mejor: es probable que se trate de una estrategia de fijación de precios según cliente. Los aficionados al cine que son sensibles a los precios llevarán las golosinas de su casa o pasarán sin ellas. Quienes no sean sensibles a los precios —tal vez porque han acudido a una cita y no quieren parecer tacaños— sencillamente pagarán las palomitas de maíz a un precio elevadísimo: muy *inteligente*.

Ésta es una explicación mucho mejor, ya que en muchas ciudades sólo hay un único cine, e incluso en ciudades con más de un cine a menudo sólo uno de ellos pasa la película que quieres ver. Esto le otorga al cine un gran poder de la escasez y si el gerente es inteligente, lo aprovechará al máximo.

Sin embargo, esta verdad no se aplica a los caros vinos de los restaurantes. Los típicos restaurantes tienen menos poder de la escasez que los cines, puesto que en la mayoría de las ciudades existen varias alternativas. Cuando hay poco poder de la escasez, los precios deben reflejar los costes. Aun así, incluso hasta los restaurantes más corrientes suelen cobrar el vino muy caro. Una mejor explicación es que el mayor coste de los restaurantes es el del espacio disponible en las mesas. Por lo tanto, bien desearían poder cobrarle a los clientes por la permanencia prolongada en el lugar, pero como no pueden hacerlo, ponen un precio más alto a aquellos productos que tienden a ser consumidos en almuerzos o cenas de mayor duración: no sólo el vino, sino también los entrantes y los postres.

Vamos a un cine a ver una película y a un restaurante a comer, entonces, ¿es cierto que siempre nos sangran con los «extras»? Para nada. Una opción disponible, tanto en los cines como en los restaurantes, es la utilización de los baños. Es una opción que siempre está a nuestro alcance sin coste alguno. El agua del grifo también es gratis en los restaurantes. No es la opción existente la que invita a poner precios desmesurados, sino que es la falta de sensibilidad a los precios la que permite que un negocio con poder de la escasez aplique la fijación de precios según cliente.

Chequeo de la realidad número dos:
¿pueden las empresas arreglar las fisuras?

Tal vez seas el director de una empresa y estés frotándote las manos con regocijo mientras lees este capítulo y planeas utilizar en tu negocio una serie de astutas estrategias de fijación de precios según cliente. Antes de que te entusiasmes demasiado, deberás lidiar con las fisuras de dicho sistema. Existen dos tipos de fisuras, o grandes agujeros, potencialmente catastróficos en un, por lo demás, brillante esquema de marketing. Si no te ocupas de ellos, se arruinarán tus planes.

El primer problema es que los clientes que supuestamente son insensibles a los precios tal vez no jueguen a la autofijación de precios. No es difícil persuadir a los clientes sensibles a los precios de que se alejen de un producto caro, pero a veces es más difícil impedir que los clientes insensibles compren un producto barato. En el caso en que las diferencias de precio son pequeñas, no se producen problemas; ya hemos visto que puedes hacer que algunos clientes paguen un modesto aumento en términos absolutos, aunque el aumento pueda ser enorme en términos relativos (con sólo envolver algunos chiles en una bolsa plástica o desplazar un paquete de patatas fritas a la parte superior de la estantería). Sin embargo, cuando se trata de decisiones de compras de mayor envergadura, no es siempre tan fácil.

Algunos de los ejemplos más extremos provienen de la industria de viajes: es mucho más caro viajar en primera clase por tren o avión que viajar en los asientos de tercera clase, pero como el objetivo fun-

damental es transportar a las personas de A a B, puede que sea difícil sacarle mucho dinero a los pasajeros más acaudalados. Con el fin de fijar los precios de acuerdo con el cliente de una forma más efectiva, las empresas tal vez deban exagerar las diferencias entre el mejor y el peor servicio. En realidad, no existe ninguna razón por la cual los vagones de tercera clase de los trenes no tengan mesas —como es el caso típico en el Reino Unido, por ejemplo—, salvo el hecho de que si así no fuera se correría el riesgo de que los potenciales clientes de primera clase pudieran decidir comprar un billete más barato al ver qué cómodos se han vuelto los vagones de tercera clase. Por lo tanto, el pasajero de tercera clase debe sufrir.

Existe un ejemplo famoso que se remonta a los comienzos de la era de los trenes en Francia:

La razón por la que algunas empresas ferroviarias tienen vagones de tercera clase sin techo y con bancos de madera no es que tendrían que gastar unos pocos miles de francos en la colocación del techo o en tapiar los asientos... Lo que las empresas intentan es impedir que los pasajeros que pueden pagar la tarifa de segunda clase viajen en tercera. Maltratan al pobre, no porque quieran lastimarlo, sino porque quieren amedrentar al rico... Y, otra vez, se trata de la misma razón por la cual las empresas, tras haber mostrado un trato casi cruel con el pasajero de tercera clase y tratado mezquinamente a los de segunda clase, es generosa cuando se trata de los clientes de la primera clase. Después de negarles a los pobres lo necesario, les brinda a los ricos lo superfluo.

La bajísima calidad de la mayoría de las salas de embarque de los aeropuertos del mundo entero es, sin duda, parte del mismo fenómeno. Si las salas de espera de uso libre y gratuito fueran cómodas, entonces las compañías aéreas ya no podrían vender los billetes de clase preferente en virtud de sus salas de espera «para ejecutivos». Y esto también explicaría por qué, algunas veces, los auxiliares de vuelo impiden que los pasajeros de tercera clase desciendan del avión antes que los pasajeros de primera clase y de clase preferente. Este «servicio» no está dirigido a los pasajeros de la clase económica, sino a quienes miran con lástima y desdén desde la parte delantera del avión. El

mensaje es claro: seguid pagando vuestros asientos caros o tal vez la próxima vez podrías encontraros a la espalda del auxiliar de vuelo.

En los supermercados, vemos el mismo truco: productos que parecen haber sido empaquetados con el expreso propósito de transmitir mala calidad. Los supermercados a menudo producen una línea «económica» con la marca del supermercado, que tiene toscos diseños, todos iguales, ya se trate de limonada, pan o alubias en salsa. No costaría mucho dinero contratar a un buen diseñador e imprimir unos logotipos más atractivos, pero eso iría en contra del objetivo: el envase se está cuidadosamente diseñado para desalentar la compra de ese producto por parte de aquellos clientes que están dispuestos a pagar más dinero. Hasta los clientes que estarían dispuestos a pagar cinco veces más por una botella de limonada comprarán el producto más barato, a menos que el supermercado haga algún esfuerzo por desalentarlos. Por lo tanto, al igual que la falta de mesas en los vagones de tercera clase de los trenes y de los incómodos asientos en las salas de espera de los aeropuertos, el feo envase de los productos «económicos» está diseñado para asegurar que el cliente refinado se autofije los precios más altos.

Los ejemplos más sorprendentes provienen del mundo de los ordenadores. Por ejemplo, la impresora láser de baja calidad LaserWriter E de IBM resultó tener los mismos componentes que la impresora de alta calidad LaserWriter de esa misma empresa, y la única diferencia era que en la versión más barata había un chip adicional que la hacía más lenta. La forma más efectiva para que IBM fijara el precio de sus impresoras con arreglo al cliente era diseñar y producir en masa una única impresora y luego venderla a dos precios distintos. Claro está que, para lograr que alguien comprara la impresora cara, debía hacer más lenta a la barata. Parece un verdadero desaprovechamiento del producto, pero aparentemente era más barato para IBM hacer esto que diseñar y fabricar dos impresoras completamente diferentes. Intel, el fabricante del chip, hizo una jugada similar al vender dos chips procesadores muy parecidos entre sí a diferentes precios. En este caso, el chip de inferior calidad era realmente el más caro de producir: se obtuvo desactivando una de las funciones del chip superior, para lo cual debía hacerse un trabajo adicional.

A menudo, los paquetes de *software* tienen dos o más versiones: una de ellas tiene todas las funciones activadas (el paquete «profesional») y la otra se vende al mercado masivo a un precio considerablemente inferior. Algunas personas no se dan cuenta de que lo típico es que la versión profesional se diseñe primero y que algunas de sus funciones se desactiven para la versión destinada al mercado masivo. A pesar del elevado precio de la versión profesional, en realidad es la versión más barata la que tendrá de antemano un coste adicional para quien la desarrolle y, por supuesto, las dos versiones se venden en CD (cuyo coste de producción es el mismo). Los equipos de informática y, en especial, los programas tienen, por un lado, una extraña estructura de costes —debido a los costes de investigación y desarrollo intensivos— y, por otro lado, costes de producción relativamente bajos. En el punto álgido de la «burbuja» tecnológica, los atolondrados gurús sostenían que todo cambiaría debido a la distinta estructura de costes, pero las reglas básicas de hacer dinero en el mundo de los negocios de la alta tecnología no son tan diferentes a las reglas de las compañías de ferrocarril o de las cafeterías, tal como hemos visto.

La primera «fisura» en la estrategia de fijación de precios según clientes, entonces, es que los clientes ricos pueden comprar productos baratos, a menos que los productos sean saboteados intencionalmente. La segunda «fisura» es particularmente difícil de arreglar para las empresas que utilizan una estrategia de objetivo grupal: sus productos pueden pasar de un grupo al otro. El riesgo está en que el cliente al que se le ofrece el descuento compre el producto y luego lo revenda a los clientes a quienes la empresa les cobra un precio más alto. Hasta ahora, hemos discutido servicios que no pueden revenderse (como por ejemplo un pasaje de autobús o un viaje a Disney World) o productos cuya reventa es demasiado compleja (como, por ejemplo, un sándwich o una taza de café). No es una casualidad: tanto los servicios como los pequeños productos de uso cotidiano son el territorio fértil para las estrategias de fijación de precios en función del cliente, pues ninguno de ellos presenta fisuras. Los trucos verdaderamente maravillosos de fijación de precios ocurren en las aerolíneas, los restauran-

tes, los bares (no existen muchas librerías que tengan una «hora feliz»), los supermercados y las atracciones turísticas.

Por el contrario, algunos productos presentan fisuras que les son completamente inherentes: son caros, fáciles de transportar y no perecederos. Los ejemplos obvios son los medios digitales (CD, DVD y programas de informática) y productos farmacéuticos. Las empresas extreman sus esfuerzos para evitar las fisuras, pero en una época en la cual las compras por Internet nos permiten solicitar productos de cualquier parte del mundo, esta tarea se vuelve cada vez más difícil. Por ejemplo, la industria del DVD acordó utilizar sistemas de codificación regional de modo que un DVD comprado en Estados Unidos no funcionara en Europa. Sin embargo, ese sistema ha sido burlado por una alianza de clientes y de proveedores de lectores de DVD que gustosamente equipan a los aparatos para que lean los DVD provenientes de todo el mundo.

Si tus instintos son iguales a los míos, te parecerá una mala pasada; sin embargo, es la misma opinión generalizada que desprecia a la industria del DVD por tratar de vender sus productos a precios diferentes, en mercados diferentes, la que considera que las grandes empresas farmacéuticas deberían suministrarle a los países pobres medicamentos a un precio reducido. Resulta confuso que nuestra intuición moral nos envíe mensajes tan contradictorios.

Tal vez todo esto sea así de simple: cuando se trata de un producto importante, como por ejemplo el tratamiento del sida/VIH, lo más importante es hacérselo llegar a los pobres; cuando se trata de algo tan superficial como un DVD, la irritación que nos provoca el ser estafados nos domina. No obstante, no es del todo razonable: los DVD llegan a lugares muy pobres y, ciertamente, ¿no nos debería reconfortar un poco que los pobres puedan ver películas en los bares y en los auditorios de los pueblos de los países en vías de desarrollo? O, a la inversa, ¿no debería enfurecernos aún más el hecho de que las empresas farmacéuticas cobren un precio más alto en los países desarrollados por el tratamiento de las enfermedades más graves? Un economista no puede resolver estos dilemas éticos, pero lo que sí puede hacer es desvelarlos para esclarecer la cuestión ética.

Cuando la fijación de precios en función de los clientes es algo beneficioso

Veamos un caso hipotético.

Imagínate que una supuesta empresa farmacéutica llamada PillCorp ha desarrollado un nuevo y poderoso tratamiento para el VIH/sida. Suponete que la empresa no fija el precio de dicho tratamiento en función de los potenciales clientes y lo ofrece en todo el mundo al mismo precio, de modo tal que establece un precio mundial que, en caso de ser rebajado, le permita compensar la pérdida del margen de ganancias producida por esa rebaja con el aumento en las ventas gracias a esa misma depreciación. Por ejemplo, digamos que PillCorp baja sus precios y reduce a la mitad su margen de ganancia. A menos que dupliquara sus ventas, esta medida reduciría su nivel de ingresos netos. Podría aumentar el precio del tratamiento y así duplicar ese margen, pero si las ventas caen a menos de la mitad del nivel actual, eso también reduciría sus ganancias. PillCorp maximizará sus ingresos al fijar un nivel de precios cuya rebaja o aumento apenas provoque un perjuicio en la ganancia final.

El precio será elevado, ya que los habitantes de los países ricos pagarán mucho dinero por un tratamiento eficaz y para la empresa no tiene ningún sentido perder clientes que pagan miles de dólares para obtener clientes que pagan centavos.

No parece ser un buen augurio. PillCorp utiliza su poder de la escasez para cobrar un precio elevado por un medicamento que salva la vida de las personas y, debido al importe estipulado, los habitantes de los países pobres no pueden obtenerlo; así, las personas mueren como consecuencia de la codicia de PillCorp.

En realidad, sólo la mitad de este augurio es mala. Las personas también viven gracias a la codicia de la empresa, que desarrolló un tratamiento que salva la vida de las personas alentado por la esperanza de obtener una patente lucrativa. La investigación y el desarrollo de los productos farmacéuticos es muy costosa y alguien tiene que pagar ese precio. En el sistema actual, los que pagan son los seguros médicos, tanto privados como públicos, y ya que el mercado de Estados Unidos es, casi seguro, el más grande y el que costea mayormente la innovación, es allí donde tiene su destino.

Aunque PillCorp gane dinero vendiendo ese medicamento a un precio alto y uniforme en todo el mundo, le podría ir mejor, y a todos los demás involucrados también. No es que nosotros, los economistas, pensemos que «podría ser mejor», pero nos encogemos de hombros porque, bueno, la vida, a veces, es así. Lo que queremos decir es algo más concreto: PillCorp podría estar ganando más dinero y haciendo algo mejor por este mundo.

Supongamos que a la empresa le cuesta 10 dólares producir el suministro anual para un solo cliente y que además lo vende a 1.000 dólares. Para los clientes que están dispuestos a pagarlo o que tienen un seguro médico que lo haga, realmente el precio no es un inconveniente. Cada año de tratamiento transfiriere 990 dólares del bolsillo de quienes viven con sida al bolsillo de los productores del medicamento. En cambio, un taxista de Camerún podría estar dispuesto a pagar únicamente 50 dólares por ese tratamiento, ya que si su valor fuera mayor, preferiría comprar comida o, si no, combustible para su taxi. Debido a la política mundial de precios de la empresa, el taxista pierde la posibilidad de obtener el tratamiento y PillCorp pierde la posibilidad de obtener ganancias; pero si PillCorp pudiera, por una vez, hacerle un descuento al taxista y venderle ese mismo tratamiento por un precio entre 10 y 50 dólares —pongamos por caso, 30 dólares—, todos se beneficiarían. El taxista conseguiría el tratamiento por 30 dólares, cuando estaba dispuesto a pagar 50 dólares. PillCorp obtendría 30 dólares por un comprimido que le costó 10, es decir, una ganancia de 20 dólares.

Y es a esto a lo que nos referimos los economistas cuando decimos que una situación determinada «podría ser mejor». Si somos capaces de señalar un cambio que podría beneficiar por lo menos a una persona sin perjudicar a nadie, diríamos entonces que dicha situación es ineficiente o, en el lenguaje cotidiano, que podría ser mejor. (Además, decimos que la situación actual es eficiente si cada cambio que pudiera beneficiar por lo menos a una persona al mismo tiempo perjudicara a alguien. No significa que una situación eficiente no pueda ser mejorada, sino que no existe una forma de mejorarla sin pagar un coste por ello.)

Ahora, imaginemos que PillCorp aplica la fijación de precios de acuerdo con cada cliente y a los habitantes de los países occidentales ricos les cobra 1.000 dólares, pero a los habitantes de los países en vías de desarrollo, como el taxista en Camerún, les cobra 30 dólares. De pronto, se abre todo un mercado nuevo para PillCorp: el nuevo descuento le permite a la empresa adquirir millones de clientes nuevos con los que ganará 20 dólares anuales y, a la vez, seguirá manteniendo el mismo nivel de ventas en los países ricos.

Esta hipótesis supone que los comprimidos baratos no se filtrarán de uno de los mercados al otro (lo cual, en la práctica, es una de las preocupaciones principales de las empresas farmacéuticas). En la actualidad, el constante «goteo» de medicamentos baratos procedentes de Canadá constituye un problema para aquellas empresas farmacéuticas que quieren aprovecharse de la profunda predisposición a pagar que existe en los Estados Unidos; empresas que, a su vez, son las mismas que venden sus productos a proveedores de servicios médicos canadienses, que se niegan a pagarles precios altos por ellos. El riesgo que se corre, si la entrada de esos medicamentos continúa, es que los proveedores estadounidenses se nieguen a seguir ofreciéndoles descuentos a sus clientes canadienses.

Este ejemplo también debería servirnos para darnos cuenta de que la maravillosa transparencia en los precios que nos brinda Internet y demás avances en el ámbito de la comunicación, de vez en cuando, presenta cierta desventaja: una empresa con poder de la escasez puede sentirse desalentada a ofrecer productos con descuento, ya que éstos son más susceptible de filtrarse en otros mercados.

La política de PillCorp de fijar dos precios da paso a una situación mucho mejor: los clientes en los países ricos no son perjudicados. Los accionistas de PillCorp se benefician, así como también los habitantes de los países pobres que padecen VIH/sida. Para utilizar la jerga de las escuelas de administración de empresas, se trata de una situación *win-win* (que podríamos traducir como «todos salen ganando») o, como diría un economista, una verdadera mejora en la eficiencia.

Esto no significa que la situación nueva sea perfecta, sino que se produjo un claro avance con respecto a la situación anterior, en la que el poder de la escasez que poseía PillCorp generaba una enorme

ineficiencia... y la pérdida de numerosas vidas en los países pobres. Tal vez no nos enfurezca ver que a los pobres se les niegan medicamentos cuyo coste de producción se reduce a unos pocos centavos sólo porque es injusto (muchas cosas son injustas), sino también porque nos parece un absurdo desperdicio de esas vidas.

Cuando la fijación de precios en función de los clientes es algo perjudicial

El nuevo esquema de fijación de precios en función del cliente generó una situación donde todos ganaban, pero a veces este tipo de fijación de precios es absolutamente infructífero.

Pensemos en otra hipotética organización: una empresa de transporte de pasajeros por ferrocarril llamada TrainCorp. Esta empresa posee un tren que siempre viaja lleno. Algunos de los asientos son puestos a la venta a un precio reducido de 50 dólares para los turistas que reservaron su billete con anticipación, para los ancianos, para los estudiantes o para grupos familiares. Los otros billetes son puestos a la venta al precio normal de 100 dólares para quienes viajan diariamente a sus trabajos y para quienes lo hacen por negocios. Ésta es una estrategia, bastante frecuente, de fijación de precios de acuerdo con un grupo determinado de clientes: al ofrecer algunos billetes a bajo precio, TrainCorp reduce la oferta y puede exigirle precios altos sólo a aquellos clientes que tienen la mayor predisposición a pagar. (Podría ser rentable que TrainCorp inhabilitara alguno de sus asientos, limitando así a la oferta, pero para la empresa es mucho mejor si también puede ocupar los asientos libres.)

Si somos economistas, de inmediato nos damos cuenta de que este esquema es ineficiente. Es decir, podemos pensar en una alternativa que haría que una persona, como mínimo, obtuviera un mayor beneficio, sin perjudicar a ninguna otra.

Y esa otra alternativa es encontrar un pasajero que, debido a que sólo está dispuesto a pagar por viajar hasta su trabajo un poco menos de 100 dólares —digamos 95 dólares—, viaje en coche. Una vez que lo encontramos, le ofrecemos un asiento por 90 dólares. Ya que el tren

estaba lleno, ¿de dónde sale ese asiento? Bueno, tomas a un estudiante, que no tenga demasiada prisa —y que, además, estaba dispuesto a pagar poco más de 50 dólares por el asiento, digamos 55 dólares—, y, con toda amabilidad, lo echas del tren. Le devuelves lo que pagó por el billete y le das 10 dólares más por los inconvenientes ocasionados. ¿En dónde nos encontramos ahora? El pasajero que va a su trabajo estaba dispuesto a pagar 95 dólares, pero sólo pagó 90 dólares. Sale ganando 5 dólares. El estudiante estaba dispuesto a pagar 55 dólares por un billete de 50 dólares; por lo tanto, si se le hubiera permitido viajar en el tren, hubiera salido ganando sólo 5 dólares. No obstante, acababan de darle 10 dólares, por lo tanto también está feliz. ¿Y TrainCorp? Bueno, TrainCorp acaba de transformar un billete de 50 dólares en uno de 90 dólares, logrando una venta más rentable. Aun tras pagarle al estudiante una compensación de 10 dólares, la empresa sigue ganando 30 dólares. Ahora, todos han resultado ganadores, o así lo serían si TrainCorp adoptara este sistema en lugar de su estrategia de fijación de precios en función de un grupo determinado de clientes.

Claro está que eso no es lo que ocurre en la realidad, porque, si TrainCorp lo intentara, los pasajeros que utilizan el tren para desplazarse hasta su trabajo y que estuvieran dispuestos a pagar 100 dólares esperarían a que los billetes bajaran a 90 dólares y, a su vez, los estudiantes que no estuvieran dispuestos a pagar 50 dólares comprarían igualmente los billetes y esperarían a que se los compensara por ser sacados del tren. Toda la estrategia resultaría perjudicial para TrainCorp, que es quien establece los precios.

Por si acaso estás un poco mareado, te lo resumo rápidamente: la estrategia de fijación de precios en función de un grupo determinado de clientes es ineficiente, porque impide que obtengan asientos los clientes que están dispuestos a pagar más por ellos y, en cambio, se los da a quienes están dispuestos a pagar una suma inferior. No obstante, las aerolíneas y las empresas ferroviarias la utilizan porque la alternativa de la fijación de precios en función del cliente les resulta inviable.

De acuerdo, pues: unas veces la fijación del precio en función del cliente resulta menos eficiente que la fijación de un precio uniforme, como

en el caso del tren; mientras que otras veces aquélla es más eficiente que ésta, como en el caso de los medicamentos para tratar el VIH/sida. Pero podemos decir algo más todavía. Cuando la fijación de precios de acuerdo con el cliente no logra aumentar el número de ventas y, al igual que sucede en el caso de TrainCorp, sólo le quita un determinado producto a aquellas personas que lo valoran más, como quienes se trasladan largas distancias para trabajar, y se lo entrega a aquellas personas que lo valoran menos, como los estudiantes, sin duda será menos eficiente que la fijación de un precio uniforme. Cuando la fijación de precios en función del cliente permite la apertura de un nuevo mercado, sin afectar al mercado ya existente, al igual que sucede en el caso de PillCorp, sin duda será más eficiente que la fijación de un precio uniforme.

Y existe una situación intermedia. En muchos de los casos, la fijación de precios en función de un grupo determinado de clientes logra un poco de cada una de las situaciones anteriores: abre algunos mercados nuevos, pero también le quita innecesariamente un determinado producto a los usuarios de mayor poder adquisitivo y se lo entrega a los de menos. Por ejemplo, este libro primero se publica en una edición de tapa dura a un precio alto, pero luego aparece en una edición en rústica, a un precio menor. El objetivo es fijar un precio alto para las librerías y para aquellas personas que están impacientes por escuchar lo que tengo para decir. Lo bueno de esta estrategia es que el editor podrá vender las ediciones en tapa blanda a un precio más barato, ya que una parte del coste de dicha edición será absorbida por las ventas de la edición en tapa dura y, de esta manera, el libro llegará a un mayor número de personas. La consecuencia desfavorable es que la edición inicial es mucho más cara de lo que hubiera sido si sólo se hubiera publicado la edición de tapa dura y, por lo tanto, se desalentará a algunos compradores potenciales. Así es la vida en el mundo de la escasez: cuando las empresas que tienen el poder de la escasez tratan de aprovecharlo, casi siempre producen una situación que será ineficiente y, de la misma manera, nosotros, los economistas, casi siempre seremos capaces de pensar en una alternativa mejor.

Digo «casi» porque una empresa capaz de aplicar una estrategia de fijación de precios en función de clientes perfectamente indivi-

dualizados jamás perdería la oportunidad de realizar una venta: los clientes ricos o apremiados pagarían muchísimo dinero; los clientes pobres o indiferentes pagarían muy poco dinero, pero, en cualquier caso, ningún cliente dispuesto a pagar el coste de producción sería rechazado. La situación sería eficiente.

Sin embargo, siendo realistas, es muy poco probable que una empresa tuviera tanta información sobre sus clientes como para vender con semejante nivel de eficiencia. La empresa tendría que asomarse al interior de cada cliente potencial y descubrir cuánto desea determinado producto; necesitaría un superordenador para manejar las cajas registradoras. Sencillamente, no es posible; pero quizá ello te lleve a pensar: ¿y si pudieras conectar las preferencias de todos tus clientes a un superordenador? ¿Y si tuvieras toda la información necesaria para no perder una venta jamás? ¿Sería el mundo un lugar mejor?

Es posible que algo más te haya llamado la atención: cuando PillCorp modificó su política de precios a escala mundial, hizo algo que no sólo fue rentable, sino también eficiente y justo. ¿Podemos decir algo más, en general, acerca de cuándo la codicia individual actuará en beneficio del interés público? Para encontrar las respuestas a todas estas preguntas y a algunas otras... continúa leyendo.

en el caso del tren; mientras que otras veces aquélla es más eficiente que ésta, como en el caso de los medicamentos para tratar el VIH/sida. Pero podemos decir algo más todavía. Cuando la fijación de precios de acuerdo con el cliente no logra aumentar el número de ventas y, al igual que sucede en el caso de TrainCorp, sólo le quita un determinado producto a aquellas personas que lo valoran más, como quienes se trasladan largas distancias para trabajar, y se lo entrega a aquellas personas que lo valoran menos, como los estudiantes, sin duda será menos eficiente que la fijación de un precio uniforme. Cuando la fijación de precios en función del cliente permite la apertura de un nuevo mercado, sin afectar al mercado ya existente, al igual que sucede en el caso de PillCorp, sin duda será más eficiente que la fijación de un precio uniforme.

Y existe una situación intermedia. En muchos de los casos, la fijación de precios en función de un grupo determinado de clientes logra un poco de cada una de las situaciones anteriores: abre algunos mercados nuevos, pero también le quita innecesariamente un determinado producto a los usuarios de mayor poder adquisitivo y se lo entrega a los de menos. Por ejemplo, este libro primero se publica en una edición de tapa dura a un precio alto, pero luego aparece en una edición en rústica, a un precio menor. El objetivo es fijar un precio alto para las librerías y para aquellas personas que están impacientes por escuchar lo que tengo para decir. Lo bueno de esta estrategia es que el editor podrá vender las ediciones en tapa blanda a un precio más barato, ya que una parte del coste de dicha edición será absorbida por las ventas de la edición en tapa dura y, de esta manera, el libro llegará a un mayor número de personas. La consecuencia desfavorable es que la edición inicial es mucho más cara de lo que hubiera sido si sólo se hubiera publicado la edición de tapa dura y, por lo tanto, se desalentará a algunos compradores potenciales. Así es la vida en el mundo de la escasez: cuando las empresas que tienen el poder de la escasez tratan de aprovecharlo, casi siempre producen una situación que será ineficiente y, de la misma manera, nosotros, los economistas, casi siempre seremos capaces de pensar en una alternativa mejor.

Digo «casi» porque una empresa capaz de aplicar una estrategia de fijación de precios en función de clientes perfectamente indivi-

dualizados jamás perdería la oportunidad de realizar una venta: los clientes ricos o apremiados pagarían muchísimo dinero; los clientes pobres o indiferentes pagarían muy poco dinero, pero, en cualquier caso, ningún cliente dispuesto a pagar el coste de producción sería rechazado. La situación sería eficiente.

Sin embargo, siendo realistas, es muy poco probable que una empresa tuviera tanta información sobre sus clientes como para vender con semejante nivel de eficiencia. La empresa tendría que asomarse al interior de cada cliente potencial y descubrir cuánto desea determinado producto; necesitaría un superordenador para manejar las cajas registradoras. Sencillamente, no es posible; pero quizá ello te lleve a pensar: ¿y si pudieras conectar las preferencias de todos tus clientes a ese superordenador? ¿Y si tuvieras toda la información necesaria para no perder una venta jamás? ¿Sería el mundo un lugar mejor?

Es posible que algo más te haya llamado la atención: cuando PillCorp modificó su política de precios a escala mundial, hizo algo que no sólo fue rentable, sino también eficiente y justo. ¿Podemos decir algo más, en general, acerca de cuándo la codicia individual actuará en beneficio del interés público? Para encontrar las respuestas a todas estas preguntas y a algunas otras... continúa leyendo.

Los mercados perfectos y «el mundo de la verdad»

Quizá no imagines que las películas de Jim Carrey y la economía tengan demasiado en común; pero, en realidad, podemos aprender mucho del actor cómico «con cara de goma». Piensa en su película *Mentiroso compulsivo*, que cuenta la historia de Fletcher Reede. Debido al deseo de cumpleaños de su hijo, Fletcher Reede se ve obligado a decir la verdad durante veinticuatro horas. Esta situación resulta problemática para Fletcher, ya que es abogado —o «mentiroso», según entiende su hijo—; y a partir de ahí, como era de esperar, se suceden las situaciones hilarantes, a medida que un aterrorizado Fletcher se autoincrimina inevitablemente al responder con sinceridad cada vez que se le hace una pregunta. Aun cuando los mercados libres no son exactamente como una película agradable, se comportan como el hijo de Fletcher Reede: te obligan a decir la verdad. Y, a pesar de que el resultado fue humillante para el personaje de Jim Carrey, descubriremos que un mundo donde prima la verdad conduce a una economía perfectamente eficiente: una economía en la que resulta imposible beneficiar a alguien sin que alguien salga perjudicado.

En este capítulo, veremos lo que significa «la verdad» en términos económicos, cómo conduce a la eficiencia y por qué esta última es positiva. También analizaremos las desventajas que la eficiencia presenta: cómo no siempre es justa y por qué existen los impuestos. Como veremos, los impuestos son como las mentiras: interfieren en el mundo de la verdad. Pero te revelaré una forma de implementarlos que es a la vez realmente justa y eficiente. (Esto podría ser una buena noticia para los ancianos que luchan por pagar el coste de la calefacción en invierno, aunque mala para Tiger Woods.)

Imagínate, si quieres, que el hijo de Fletcher consigue que su deseo de cumpleaños sea cumplido no sólo por su persuasivo padre, sino también por todo el mundo. Entonces, vayamos a comprar un capuchino en el mundo de la verdad. Antes de hacer espumar el capuchino mitad leche y mitad café, el *barista* (un profesional en el mundo del café) te mira de arriba abajo y te pregunta:

—¿Cuánto es lo máximo que estás dispuesto a pagar por este café?

Te gustaría mentir y fingir que en realidad no lo quieres, pero la verdad se desliza por tus labios:

—Tengo «mono» de caféina: 15 dólares.

Con una sonrisa de satisfacción, el *barista* se prepara para marcar en la caja registradora una suma exorbitante, pero tú también tienes algunas preguntas que hacerle:

—¿Cuánto costaron esos granos de café?

—¿Cuánto pagaste por la taza? ¿Y por la tapa de plástico?

—¿Cuánto cuesta criar a una vaca y cuánta leche puede dar?

—¿Cuánto costó la electricidad para la refrigeración, calefacción e iluminación de este lugar?

Ahora, le toca al *barista* experimentar un momento «Fletcher Reede». Da igual que intente evadir las preguntas o inflar el coste del capuchino..., no puede mentir. Resulta que el capuchino no cuesta 15 dólares, sino menos de uno. El *barista* trata de regatear, pero todavía tienes una última pregunta «matadora»:

—¿Existe algún otro lugar a menos de treinta metros a la redonda que venda un café como éste?

—Sí... —gime, mientras su cabeza cae sobre la caja registradora con un golpe seco, en un gesto de humillante derrota.

Finalmente, sales del negocio con el café tranquilamente en tus manos y que has conseguido por el insignificante precio de 92 centavos de dólar.

Los precios son optativos, lo que significa que revelan información

Existe una verdad constante en cada sistema de precios. Esa verdad emana del hecho de que las tiendas y los clientes no tienen que ven-

der o comprar a un determinado precio: siempre pueden decidir no hacerlo. Si hubieras estado dispuesto a pagar tan sólo 50 centavos de dólar por el café, nadie podría haberte forzado a que ofrecieras más dinero por él u obligado al *barista* a que rebajase el precio. Sencillamente, no se hubiese realizado la venta.

Por supuesto, algunas veces oyes a gente quejándose de que, si desean algo —digamos, un apartamento en Central Park West—, entonces deben pagar el exorbitante precio que se pide por ello. Es verdad pero, aunque en ocasiones los precios parecen injustificadamente altos, casi nunca tienes necesariamente que pagarlos. Siempre tienes la posibilidad de utilizar el dinero para comprar, en cambio, un apartamento en Harlem o una casa en Newark o un millón de tazas de café.

En un mercado libre, las personas no compran cosas que para ellos valen menos que el precio que les piden. E igualmente, la gente no vende cosas que tienen más valor para ellos que el precio que puede obtener por ellas (o si lo hacen, nunca es por mucho tiempo; las empresas que como rutina venden la taza de café a la mitad del precio de coste de producción terminan cerrando con bastante rapidez). La razón es sencilla: nadie les obliga a hacerlo, lo que significa que la mayoría de las transacciones comerciales que se realizan dentro de un mercado libre mejoran la eficiencia, pues ambas partes salen beneficiadas —o, por lo menos, no salen perjudicadas— sin dañar a nadie.

Ahora ya puedes empezar a darte cuenta de por qué digo que los precios «dicen la verdad» y además revelan información. En un mercado libre, todos los compradores de café preferirían poseer el café en lugar del dinero que éste cuesta, lo cual es una manera sucinta de decir que prefieren el café a cualquier otra cosa en la que podrían haberse gastado los 92 centavos de dólar. Así pues, para el cliente el valor del producto es igual o superior al precio que éste tiene, y para el fabricante el coste del producto es igual o menor que su precio. Parece muy obvio, tal vez, pero las repercusiones resultan espectaculares.

Puede parecer insustancial decir que en el mercado libre sabemos que los clientes valoran el café más que el dinero que pagan por él. Sin embargo, no es tan insignificante como parece. Para empezar, esta información tan «trivial» es más de lo que podemos decir sobre cualquier cosa que sea comprada fuera del mercado —por ejemplo, el tan

te marginal. Si el precio fuera menor, las empresas se retirarían del mercado hasta que subiera. Si el precio fuera mayor, accederían nuevas empresas al mercado o las antiguas aumentarían su producción, hasta que cayera el precio. De pronto, el precio no transmite una noción vaga («este café vale para el comprador 92 centavos de dólar o más y le cuesta al vendedor 92 centavos o menos»), sino una verdad precisa («este café le cuesta a la cafetería, exactamente, 92 centavos»).

¿Qué sucedería si otras industrias fueran también perfectamente competitivas? Significaría, entonces, que, para cada uno de los productos, el precio sería igual a su coste marginal. Cada producto estaría conectado con los demás por medio de una ultracompleja red de precios, de forma tal que, cuando algo cambiara en la economía en alguna parte del mundo (una helada en Brasil o una fuerte demanda de iPods en Estados Unidos), todo lo demás cambiaría —quizá de un modo imperceptible, quizá no— para ajustarse a ese nuevo escenario. Por ejemplo, una helada en Brasil arruinaría la cosecha de café de ese país y reduciría las existencias mundiales de este producto; esto, a su vez, incrementaría el precio que los fabricantes de café tendrían que pagar y lo llevaría a un nivel que desalentaría el consumo del café en una proporción suficiente como para compensar la caída de su oferta. La demanda de productos alternativos, como el té, aumentaría un poco y eso fomentaría un incremento tanto del precio del té como del volumen de su oferta. La demanda de los productos que suelen ser complementarios del café, como el *coffee creamer* o el «café irlandés», caería un poco. En Kenia, los cultivadores de café disfrutarían de un nivel récord de ganancias e invertirían el dinero así ganado en distintos tipos de mejoras como, por ejemplo, tejados de aluminio para sus viviendas; como consecuencia de ello, aumentaría el precio del aluminio y, entonces, algunos agricultores decidirían esperar un poco antes de comprarlo. Eso significa que aumentaría también la demanda de cuentas bancarias y de cajas de seguridad, aunque a los desafortunados agricultores en Brasil, con sus cosechas fallidas, quizá les ocurra, precisamente, lo contrario. El *superordenador* del mercado libre procesa la verdad sobre demanda y costes, e incentiva a las personas a reaccionar de un modo asombrosamente intrincado.

Este escenario puede parecer absurdamente hipotético, pero los eco-

controvertido estadio de béisbol de Washington D. C.—. El equipo de béisbol Montreal Expos aceptó mudarse a Washington con la condición de que el Ayuntamiento de esa ciudad subsidiara el costo del nuevo estadio. Algunos dicen que el subsidio será de 70 millones de dólares, otros dicen que será mucho más que eso. Tal vez sea una buena idea o, tal vez, no. No queda claro cómo decidir si ésta es o no una buena manera de gastar el dinero de los impuestos.

Cuando las decisiones se toman dentro de un sistema de mercado, no se produce tal controversia. Si decido pagar 70 dólares por una entrada para ver un partido de béisbol, nadie cuestiona si vale la pena el gasto; hice mi elección, así que, obviamente, pensé que sí. Esta libre elección suministra información sobre mis prioridades y preferencias, y cuando millones de nosotros elegimos, los precios del mercado «agrupan» las prioridades y preferencias de todos nosotros.

Los mercados perfectos:
la verdad, toda la verdad y nada más que la verdad

Así que, después de todo, la trivial información de que, en un mercado libre, los clientes le conceden al capuchino un valor mayor de lo que finalmente pagan por él no es tan insignificante. Pero no debemos detenernos allí.

Ahora, imagina que el mercado del café no es sólo un mercado libre, sino, además, extremadamente competitivo; que siempre hay empresarios que, con ideas originales, crean nuevas empresas y que entran al mercado con la intención de vender sus productos a un precio más bajo que las empresas ya existentes. (Los beneficios en una industria competitiva son sólo lo suficientemente altos como para pagarles a los trabajadores y convencer a los empresarios de que no es más beneficioso para ellos que su dinero esté depositado en una cuenta de ahorros, pero en verdad no más altos que eso.) La competencia forzará a que el precio del café baje hasta alcanzar el «coste marginal» (el gasto que contrae la cafetería cada vez que prepara un capuchino, que, debemos recordar, es inferior a un dólar). En un mercado perfectamente competitivo, el precio del café sería igual a su cos-

nomistas son capaces de medir, y de hecho han medido, algunos de estos efectos: cuando las heladas azotan a Brasil, los precios internacionales del café, en efecto, aumentan; los agricultores kenianos compran tejados de aluminio, los precios de éstos aumentan y, entonces, aquéllos, de hecho, se toman su tiempo para efectuar dicha inversión, para no tener que pagar demasiado. Aun cuando los mercados no son perfectos, pueden transmitir información profundamente compleja.

A los Gobiernos —o a cualquier tipo de organización— les cuesta reaccionar ante un nivel de información tan complicado. En Tanzania, el café no se produce dentro del mercado libre, y es el Gobierno, más que los granjeros, el que recibe las inesperadas ganancias producidas por los altos precios del café. Históricamente, el Gobierno no ha logrado gastar ese dinero de un modo sensato y ha destinado una excesiva parte del mismo a unas insostenibles subidas de los salarios de sus funcionarios, sin darse cuenta de que la marcada alza del precio era sólo temporal.

Para entender cuál es la razón por la cual los mercados hacen tan buen trabajo a la hora de procesar información compleja, piensa primero en el cliente. Sabemos que no comprará un capuchino a menos que lo valore más que a cualquier otra cosa que pudiera comprar con esa misma cantidad de dinero. Pero ¿qué más podría comprar con ese dinero? En nuestro mundo de la verdad, podría comprar cualquier producto que costara igual o menos que un capuchino. Al elegir el café está diciendo que, de todas las cosas del mundo que cuestan lo mismo que el café, prefiere que sea éste el que se produzca.

En otras partes, claro está, hay personas que gastan su dinero no en café, sino en entradas para el cine, billetes de autobús o ropa interior; y otras que eligen no gastar en absoluto su dinero y guardarlo en el banco. Todas estas demandas compiten entre sí y fuerzan a los productores a responder. Si la gente desea ordenadores, entonces los fabricantes construirán fábricas, contratarán trabajadores, y comprarán plástico y metal, que serán desviados de otros destinos para ser utilizados en los ordenadores. Si la gente quiere café en lugar de ropa interior, entonces se destinará mucha más tierra a plantar café que a

otros usos, como parques, viviendas o cultivo de tabaco. Las tiendas de lencería serán reemplazadas por cafeterías. Por supuesto, las empresas que acaban de ponerse en marcha solicitarán créditos de los bancos y los tipos de interés subirán o bajarán, según el equilibrio entre el número de personas que quiere ahorrar y el número de personas que desea solicitar un préstamo. Los tipos de interés son otro precio: el precio de gastar el dinero hoy, en vez de hacerlo el año que viene. Tal vez pensabas que los tipos de interés eran establecidos por los directores de los bancos centrales, como Ben Bernanke, de la Reserva Federal de Estados Unidos —que sustituyó en febrero de 2006 al conocidísimo Alan Greenspan, que desempeñó el cargo durante más de dieciocho años—, o Mervyn King, del Banco de Inglaterra. En realidad, Bernanke y King presiden las comisiones que establecen el «nominal» de los tipos de interés. Los verdaderos tipos de interés son los «tipos de interés después de la inflación», que son fijados por el mercado en respuesta a lo establecido por los dirigentes de los bancos centrales.

Los cambios no terminan ahí. Las ondas en el sistema de precios trascienden al exterior: golpean algunas partes de la economía a una velocidad increíble y provocan lentos, pero poderosos, movimientos sísmicos en otras, como la educación o la tecnología. Por ejemplo, si no hay suficientes trabajadores capacitados para producir ordenadores, los fabricantes como Dell y Compaq tendrán que instruirlos o deberán aumentar los salarios que les pagan como para «robárselos» a otros fabricantes, como Apple y Gateway. A medida que suben los salarios de los trabajadores especializados, la gente se dará cuenta de que merece la pena dedicarle un tiempo —y pagar por ello— a ir a la universidad. El interés, suscitado entre los fabricantes, por producir mejores o más baratos ordenadores dará un impulso a los laboratorios de investigación y a las escuelas de ingeniería. Una mayor demanda de plástico hará subir el precio de la materia prima (el petróleo crudo), lo que, a su vez, alentará a quienes utilizan el petróleo como fuente de energía a cambiarlo por combustibles sustitutos más baratos o a invertir en tecnologías para el ahorro de energía. Y así sucesivamente. Algunos de estos efectos serán minúsculos; otros serán enormes. Algunos provocarán una consecuencia inmediata; otros no serán

preciables hasta después de décadas. No obstante, en el mundo de la verdad —en el mundo de los mercados perfectos— todos tendrán un impacto determinado.

¿Cuál es el resultado de un escenario de mercados perfectamente competitivos e interconectados como el que acabamos de analizar?

Las empresas fabrican los productos de forma adecuada. Cualquier empresa que malgaste sus recursos, produzca más de lo necesario o utilice una tecnología inapropiada cerrará. Cada producto se fabrica del modo más eficiente.

Las empresas fabrican los productos adecuados. El precio de un producto es igual al coste de producción y también refleja las condiciones en las que los clientes pueden cambiar una prioridad por otra. (Dos tazas de café cuestan lo mismo que un café danés, ¿cuál prefieres?) El precio es una línea de comunicación directa entre lo que cuesta un determinado producto y lo que los clientes prefieren, y viceversa.

Los productos se fabrican en las dimensiones adecuadas. Si se produjera demasiado café, los fabricantes reducirían los precios; y si, por el contrario, se produjese muy poco, los precios aumentarían. Cualquiera de esos dos supuestos se corregiría automáticamente. En un mercado competitivo, el precio es igual al coste; nadie es incentivado para producir menos (renunciando a ventas rentables) o para producir más (creando productos que cuestan más de lo que cualquiera esté dispuesto a pagar). La regla competitiva —precio, igual a coste, igual al valor que tiene para el consumidor— mantiene la eficiencia.

Los productos llegan a las personas «adecuadas». Las únicas personas que compran productos son aquellas que están dispuestas a pagar el precio adecuado. Supongamos que le quito un capuchino a Axel y se lo doy a Bob. En el mundo de la verdad, esto supone un desperdicio de recursos. Axel estaba dispuesto a pagar por el café, no así Bob; y esto significa que Axel valora el café más que Bob y que mi incautación es ineficiente. Fíjate que aquí estoy igualando «adecuado» y «eficiente»: una suposición que analizaremos y pondremos en cuestión en breve.

Entonces: si los productos adecuados se fabrican de la forma adecuada, en las cantidades adecuadas y llegan a las personas adecuadas, esto es, las que más los valoran, ya no hay espacio para un aumento de la eficiencia. Por decirlo de otro modo: «No puedes ser más eficiente de lo que ya lo es un mercado perfectamente competitivo». Y todo se desprende con total naturalidad de la verdad que yace en el sistema de precios: éstos son el verdadero reflejo del coste para las empresas y también el verdadero reflejo del valor para los clientes.

La vida sin mercados

Ya que la sociedad occidental se basa totalmente en los mercados libres, nos hace difícil tanto imaginar lo que sucedería de no hacerlo como analizar la cuestión con perspectiva y ver cuán profundo es el efecto del mercado. Todavía ninguna democracia moderna suministra productos al margen del sistema de mercado, y si miramos la forma en que esos bienes son provistos, tendremos un indicio sobre las virtudes y defectos de los mercados. Piensa en la policía local del lugar donde vives, que es retribuida mediante un sistema de impuestos que no forma parte del mercado. Que dicho sistema sea ajeno al mercado tiene algunas ventajas (para empezar, cuando marcas su número de teléfono, nadie te pide los datos de tu tarjeta de crédito). Se supone que el Gobierno brinda a ricos y pobres el mismo nivel de protección, aunque no siempre parezca así.

No obstante, este sistema también tiene algunas desventajas. Por ejemplo, si un agente de policía se comporta de manera incompetente o grosera, no cuentas con la opción de ir a «comprar» una fuerza policial distinta. Si consideras que el nivel de protección policial que recibes es excesivo, no te corresponde a ti reducirlo. Tampoco puedes gastar más dinero en él, si decides que te gustaría tener un servicio adicional. No, debes ejercer presión sobre los políticos de tu zona con la esperanza de que consideren tu petición.

Otro ejemplo de un servicio ajeno al mercado y que muchos de nosotros utilizamos es la educación pública. Tanto en Gran Bretaña como en Estados Unidos, la mayoría de las personas envían a sus hijos

a escuelas públicas; pero esas escuelas difieren entre sí: ambientes diferentes, prioridades diferentes... Y lo más importante: algunas son buenas y otras no lo son. La solución propuesta por el mercado para las escuelas es similar a la que propone para la cuestión de los alimentos: los mejores alimentos van a quienes están dispuestos (lo que implica también que pueden hacerlo) a pagar más por ese producto. Sin embargo, en el sector público no hay precios. ¿Qué sucede en su lugar? Los padres hacen largas colas, negocian y protestan; y se mudan a zonas con mejores escuelas. En Gran Bretaña, a menudo, las escuelas religiosas administradas por el sector público tienen el mejor historial académico; así que los ateos llevan a sus hijos a la iglesia todos los domingos para conseguir buenas referencias de los curas y lograr así que entren sus hijos en esas escuelas.

Al igual que lo que sucede con la policía, este sistema que no es parte del mercado presenta la «conveniente» ventaja de ocultar el hecho de que los pobres no reciben la misma calidad educativa que los ricos. Pero, al mismo tiempo, dicho sistema padece un serio problema: la verdad sobre precios, costes y beneficios ha desaparecido. No hay forma de distinguir qué padres inscriben a sus hijos en las escuelas religiosas por razones espirituales y quiénes lo hacen sólo en busca de mejores resultados. También es imposible saber cuántos padres estarían dispuestos a pagar por un número mayor de maestros y por mejores materiales. En un sistema de mercado, en cambio, saldría a la luz la verdad respecto a cuánto cuesta suministrar buenas escuelas y quién estaría dispuesto a pagar por ellas. El sistema que no es parte del mercado entra en contradicción con estas cuestiones básicas.

Al parecer, hay una predisposición a pagar por escuelas de buena calidad y se hace notoria porque los precios de las viviendas son más altos en las zonas donde se encuentran las escuelas con mejor reputación. El sistema en cuestión, que da preferencia al niño que es vecino de la zona de la escuela, canaliza el dinero que los padres están dispuestos a pagar por una buena educación hacia las manos de los propietarios de las viviendas próximas a esas instituciones. Esto no parece muy acertado. El sistema de mercado, sencillamente, destinaría ese dinero a generar más escuelas de mejor calidad.

La función indicadora de los precios

Los precios cumplen dos funciones y no sólo una. En un sistema de mercado, los precios constituyen una forma de determinar quién disfruta de una oferta limitada de escuelas: el que paga más logra enviar a sus hijos a las mejores escuelas; sin duda, una situación desagradable para cuya prevención se diseñó el sistema de escuelas públicas. Por lo demás, los precios también indican que es momento de construir más escuelas, contratar más maestros o aumentar sus salarios, si no hay suficiente oferta disponible, y comprar mejores materiales. A largo plazo, el sistema de precios transformará la gran predisposición a pagar por buenas escuelas en la creación de muchas de ellas, con la misma seguridad con la que la gran demanda de café se transformará en muchos capuchinos.

¿No saben ya los políticos que valoramos las escuelas de buena calidad? ¿Deberían destinarles más dinero? La dificultad estriba en que los políticos oyen que queremos mejores escuelas, pero también oyen que queremos más presencia policial en las calles, un mejor sistema de salud, muchas y amplias carreteras, prestaciones de Seguridad Social, impuestos bajos y un café *Venti latte* con doble ración de caramelo. Para nosotros, es fácil exigir todas estas cosas, pero los precios, al obligarnos a respaldar con dinero lo que pedimos por nuestra boca, permiten que se descubra la verdad. Los impuestos tienen sus ventajas; sin embargo, muchos de ellos no contribuyen a que se esclarezca la verdad, ya que no podemos elegir pagarlos o no, dependiendo de si cada centavo es gastado de acuerdo con nuestros deseos. En cambio, como los precios son optativos, brindan información.

Nada de ello implica un demolidor argumento contra la provisión de un servicio policial o de un sistema de escuelas mediante un procedimiento ajeno al mercado. Los sistemas fuera del mercado tienen sus ventajas, pero también hacen perder algo importante: información, información sobre lo que se quiere, lo que se necesita y lo que se desea y también sobre los inconvenientes y los costes. A veces, perder información merece la pena, porque se compensa con lo que se gana en igualdad y estabilidad. Pero, otras veces, la pérdida de información puede dejar a una economía, y a una sociedad, tambaleán-

dose entre el derroche y la confusión. Creemos que el valor que las escuelas y la policía tienen para nosotros es mayor que lo que nos cuestan en impuestos, pero no estamos seguros. No sucede lo mismo con el capuchino.

Eficiencia *versus* justicia: ¿podemos manejar la verdad?

Un mercado perfectamente competitivo es similar al sistema de un superordenador gigante. Con una increíble capacidad procesadora y sensores dispuestos por todas partes de la economía —introduciéndose, incluso, en nuestro cerebro para leer nuestros deseos—, el mercado está constantemente reoptimizando la producción y distribuyendo los resultados de una forma perfecta. Recuerda que cuando los economistas dicen que la economía es ineficiente se refieren a que hay un modo de hacer que alguien se beneficie sin dañar a nadie. Si bien un mercado competitivo es completamente eficiente, la eficiencia no basta para asegurar una sociedad justa o, al menos, una sociedad en la que deseemos vivir. Después de todo, puede ser una sociedad eficiente aun si Bill Gates tiene todo el dinero del mundo y los demás se mueren de hambre... ya que no hay forma de mejorar la situación de alguien sin dañar la de Bill Gates. Necesitamos algo más que la eficiencia.

Por lo tanto, no es sorprendente que, a veces, nos inclinemos en favor de las convenientes mentiras piadosas: por ejemplo, resulta caro calentar la casa de una anciana en Minnesota, pero, como no desearmos que afronte la realidad de ese gasto, tal vez prefiramos subsidiar el combustible.

Los impuestos son también una causa común de ineficiencia (aún más que los subsidios): los Gobiernos establecen impuestos sobre las transacciones comerciales y gastan ese dinero, esperamos, en cosas buenas, como policía o escuelas. ¿Por qué, entonces, son ineficientes los impuestos? Porque destruyen la información suministrada por los precios en los mercados eficientes y totalmente competitivos: el precio ya no equivale al coste, por lo que este último tampoco equivale al valor. Por ejemplo: un impuesto sobre las ventas de un 10 por ciento genera una «mentira» en las siguientes circunstancias:

Costo del capuchino: 90 centavos.

—Precio del capuchino en un mercado totalmente competitivo: 90 centavos.

—Precio del capuchino después de impuestos: 99 centavos.

—Disposición a comprar el capuchino: 95 centavos.

—Capuchinos vendidos: ninguno.

—Impuesto recaudado: cero.

Podría haber habido una venta que hubiese generado 5 centavos de ganancia proveniente de la eficiencia (el capuchino cuesta 90 centavos, pero se valoró en 95 centavos), mas ello nunca sucedió, debido, precisamente, al impuesto; y lo que es peor: el impuesto ni siquiera se pagó. Si el Gobierno hubiese renunciado a ese impuesto en tales circunstancias, no habría salido perjudicado; y, sin embargo, el comprador del café habría resultado beneficiado: un claro aumento de la eficiencia.

Para los funcionarios del área fiscal es difícil determinar cuándo deben cobrar el impuesto (aquellas situaciones en las que los impuestos no cambiarán el comportamiento de los compradores) y cuándo no deben exigirlo (porque los potenciales compradores lo habrían sorteado de todos modos al no comprar el café). Sin embargo, tratan de hacerlo por medio de las estrategias de fijación de precios según el cliente, ya descritas en el capítulo dos. A menudo, los impuestos son más altos cuando la sensibilidad al precio es baja. Por ejemplo, el Gobierno establece impuestos altos sobre la gasolina y los cigarrillos, y no lo hace por razones medioambientales o de salud, sino porque las personas que compran estos productos necesitan conducir o son adictas al tabaco; no cambiarán su comportamiento, mucho menos debido a una fuerte presión tributaria.

Nos enfrentamos a un dilema: queremos evitar la ineficiencia, pues en otro caso desperdiciaríamos la oportunidad de mejorar la situación de alguien sin coste alguno para los demás. Sin embargo, los impuestos provocan ineficiencia y la mayoría de nosotros creemos que son necesarios para redistribuir la renta (en mayor o menor medida) de los ricos a los pobres. Parece, pues, que contraponemos dos imperativos contradictorios: evitar la innecesaria pérdida que significa la «ineficiencia», pero asegurarnos de que la riqueza está, un poco al menos, equitativamente repartida. Lo que necesitamos es encontrar una forma de hacer que nuevas economías sean tanto eficientes como equitativas.

¿Podemos contar con que los mercados nos ayudarán a alcanzar la equidad?

¿Es verdad que debemos elegir entre la eficiencia de los mercados perfectos y la equidad de la benéfica intervención estatal? Ésta parece ser la conclusión a la que llegaron los Gobiernos de todo el mundo libre, después de la experiencia vivida durante la Gran Depresión y la Segunda Guerra Mundial. Los programas que formaron parte del *New Deal* (la política económica aplicada en los años treinta por la Administración del presidente Roosevelt, consistente en una serie de energéticas medidas que actuasen sobre lo que se consideraban las causas de la crisis de 1929) expandieron el rol del Gobierno de Estados Unidos, precisamente en respuesta a la Gran Depresión. En Gran Bretaña, el Gobierno de posguerra de Clement Atlee tomó el control de la mayor parte de las industrias sanitarias, siderúrgicas, aéreas, petroleras, ferroviarias y telefónicas. Las empresas estatales asumieron el control, en parte debido a que, durante los carenciales y exhaustos, aunque también esperanzadores, años posteriores a la guerra, los economistas tenían algo de confianza en los expertos que habían planeado y organizado la campaña solidaria de la población civil durante la guerra y pensaban que quizá no harían un mal trabajo en la organización de la economía de manera eficiente. Pocas personas previeron el posterior colapso de estas economías dirigidas por los Estados, ya fueran inmensos, como la Unión Soviética y China, o pequeños, como Tanzania o Corea del Norte. Pero incluso si hubieran creído que los mercados privados eran más eficientes, esto les habría tenido sin cuidado en la década de los cuarenta: en Gran Bretaña, el Gobierno de la posguerra del Partido Laborista hubiera estado contento con vivir con un poco de ineficiencia, si ello significase una sociedad más justa.

No obstante, el viejo dilema entre eficiencia y equidad estaba a punto de ser hecho trizas por un joven neoyorquino llamado Kenneth Arrow, quien había aprendido absolutamente todo lo que había que saber sobre la injusticia, tras haber contemplado, con la impotencia del adolescente que era, cómo, durante la Gran Depresión, su padre perdía su próspero negocio y todos sus ahorros. El anhelo de una justicia social siempre permaneció en el interior de Arrow, pero, intelecto-

tualmente, no podía ignorar la cuestión de la eficiencia. El joven economista puso su mente lógica a bregar con la tensión existente entre la infalible eficiencia del mercado libre y la imperiosa necesidad de que reinase cierto grado de equidad. Su solución fue brillante, dando una vuelta de tuerca a las tradicionales ideas sobre los mercados competitivos y la eficiencia. Demostró que no sólo todos los mercados perfectos son eficientes, sino que, además, se puede lograr cualquier resultado eficiente en un mercado competitivo mediante el ajuste del punto de partida. Arrow llegó a obtener todos los reconocimientos posibles para un economista y sigue siendo el hombre más joven en recibir el Premio Nobel de Economía. Pero ¿por qué fue tan importante su descubrimiento?

Yo lo llamo el «teorema de la ventaja». En lugar de concentrarte en la gran complejidad de una economía real, piensa en un desafío humano muy simple y, por así decirlo, superficial: los cien metros lisos. El mejor velocista ganará la carrera. Si quisieras que todos los atletas cruzaran simultáneamente la línea de llegada, bastaría con que cambiaras las reglas de la carrera y que ordenaras que los corredores más veloces corrieran más lentamente y que todos cruzaran la línea cogidos de la mano: un total desperdicio de talento. O podrías mover un poco hacia atrás algunos de los tacos de salida y adelantar un poco otros, de modo que, aunque cada velocista corriera tan rápido como le fuera posible, obedeciendo las reglas habituales y los objetivos de este tipo de carreras, el atleta más veloz tendría que cubrir una extensión de pista extra lo suficientemente grande como para terminar cruzando la línea de llegada a la par con el atleta más lento.

Arrow demostró que este mismo enfoque podía funcionar para intentar equilibrar los excesos de los mercados competitivos: en lugar de interferir en los propios mercados, el truco está en ajustar «los tacos de salida» realizando pagos únicos («de suma global») —*lump-sum payments*— o exigiendo impuestos instantáneos (por una sola vez) —*one-time taxes*.

Un ejemplo de un «impuesto de suma global» (*lump-sum tax*) sería que el Gobierno le exigiese a todo el mundo un gravamen de 800 dóla-

res; o bien gravar con esa misma cantidad sólo a los mayores de sesenta y cinco años, o a las personas cuyo apellido comience con la letra H. La cuestión es que, a diferencia de un impuesto sobre la renta o del impuesto sobre las ventas relativo al café, un *lump-sum tax* —al ser un tributo de cantidad fija, sin importar el nivel de renta— no afecta al comportamiento de nadie, ya que nada puede hacerse para eludirlo. Por lo tanto, al contrario de lo que sucede con el impuesto sobre las ventas, no conduce a una pérdida de eficiencia. Del mismo modo, un ejemplo de un pago único redistributivo sería *dar* 800 dólares a todas aquellas personas cuyo apellido comenzase con la letra H (una política que yo mismo estaría encantado de apoyar).

En el ejemplo de la carrera de los cien metros lisos, la imposición de suma global se asemeja a desplazar los tacos de salida algunos metros hacia atrás; en cambio, el impuesto sobre la renta y el impuesto sobre las ventas vendrían a ser como pedirles a los mejores corredores que corran hacia atrás. Ambos tendrían el efecto de asegurar un final de la carrera más igualado; pero la diferencia estribaría en que moviendo los tacos de salida de la posición inicial no se hace más lento a ningún corredor.

En el contexto de una carrera, resulta bastante obvio que una de las formas de obtener un resultado apretado es dando ventaja a los corredores más lentos. En el contexto de una economía, con, literalmente, millones de diferentes productos, deseos, materias primas y talentos, el «teorema de la ventaja» constituye una afirmación mucho más audaz. Sin embargo, es verdad: puedes dejar que la economía competitiva utilice cada capacidad y cada materia prima disponible, aproveche cualquier oportunidad de comerciar, cooperar, educar o invertir... y aun así obtener un resultado equitativo moviendo los tacos de salida hacia atrás o hacia adelante y dejando que los mercados perfectos hagan el resto.

La conclusión es que, en un mundo de mercados perfectos, lo único que se necesita para asegurar eficiencia y equidad es una estrategia «de la ventaja»: un programa que contemple la existencia de adecuados impuestos por una sola vez y subsidios que sitúen a todos en igualdad de condiciones. Entonces, el mercado perfecto encontrará la oportunidad de hacer que todos mejoren su situación a partir de esos modificados puntos de partida. La pregunta es: ¿todo esto puede ser llevado a la práctica?

Ejemplos poco prácticos

Véamos un ejemplo. El estadounidense Robert Nozick, filósofo político, hacía uso de un famoso argumento contra la opinión de que «justicia es igual a equidad». En otras palabras, se oponía a la idea de que una distribución de la riqueza determinada pudiera ser considerada como la «mejor» o «más equitativa» distribución. El razonamiento de Nozick recurre como ejemplo a Wilt Chamberlain, una famosa estrella del baloncesto entre los años sesenta y setenta, período en el que Nozick realizaba sus escritos. El talento de Chamberlain lo convirtió en un hombre rico; y Nozick consideraba que esto era «justo», puesto que su riqueza era el resultado de las decisiones legítimas de sus seguidores, encantados de pagar la entrada para verlo jugar. La situación quizá haya sido «justa», en el sentido que Nozick da al término, pero ¿puede considerarse «equitativa» una situación que conduce a una distribución profundamente desigual del dinero?

Quizá gravando fuertemente la renta de Chamberlain la situación sería más equitativa, pero Nozick nos advierte de que si Chamberlain no disfrutara realmente jugando al baloncesto y, además, se le impusiera una pesada carga tributaria, tal vez dejaría, radicalmente, de practicar este deporte. Por lo tanto, aun cuando esta situación pudiere parecer más «equitativa», no tendríamos ni impuesto sobre los ingresos ni baloncesto: de nuevo el problema del impuesto sobre las ventas del capuchino. Entonces, ¿cómo puede ser razonable llamar «equitativa» a una distribución de la renta si todos los que están involucrados en ella, tanto los fans como el jugador mismo, preferirían la situación «desigual»?

Gracias a Kenneth Arrow, ahora sabemos que cuando nos enfrentamos a una estrella deportiva de nuestro tiempo, como Tiger Woods, la solución es cobrarle un impuesto por una sola vez y de suma global (*one-time lump-sum tax*) de varios millones de dólares. De este modo, conservaría el estímulo de ganar dinero jugando al golf, ya que no podría eludir el impuesto jugando menos partidos (como tendría que hacerlo si quisiera evitar un severo impuesto sobre la renta). No dudaría en ganar lo suficiente como para liquidar la «factura» del tributo y conservar lo suficiente para comprar un coche familiar y una bonita casa en cual-

quier lugar sin pretensiones. En este escenario, no hay desperdicio o ineficiencia, pero el resultado es «equitativo», en la medida en que produce una distribución mucho más igualitaria de la riqueza.

El único problema que presenta este plan es que es absolutamente impracticable. Su dificultad no reside en que sea imposible contar con impuestos que sólo se apliquen a una persona en particular: el presidente Franklin Roosevelt introdujo un tipo impositivo del 79 por ciento, pero este umbral era tan alto que sólo John D. Rockefeller pagó el impuesto. Antes bien, el problema estriba más en que se supone que un auténtico impuesto de suma global no cambia en absoluto el comportamiento de sus destinatarios. En teoría, tendría que haber sido decidido antes siquiera de que Tiger Woods naciera, porque si éste hubiera sido capaz de prever que le cobrarían un impuesto como consecuencia de su éxito, tal vez hubiera elegido dedicarse a otra profesión. Esto es, por supuesto, completamente imposible; pero no por ello deberíamos descartar ya el teorema de la ventaja. Si bien no siempre podemos hacer uso de la imposición o redistribución de suma global, sí algunas veces: y cuando así sucede, vale la pena considerarlo, ya que mantiene la eficiencia y la verdad del mercado competitivo, a la vez que añade una bienvenida dosis de equidad.

Un práctico ejemplo

Podría utilizarse una aplicación más práctica del teorema de la ventaja para evitar que los ancianos padezcan frío en invierno, pero sin dañar el medio ambiente. En un típico invierno, mueren en Gran Bretaña veinticinco mil ancianos debido a la insuficiente calefacción. Con el fin de solucionar esta situación, los impuestos sobre el combustible para uso doméstico son más bajos que los que afectan a muchos otros productos. Sin embargo, es una forma un poco extraña de afrontar este problema (equivale a la solución de «correr hacia atrás»). Si los Gobiernos necesitan aumentar la recaudación de impuestos —y parece que así sucede con todos aquéllos—, entonces una primera aproximación a una estrategia eficiente consistiría en gravar todos los productos con el mismo impuesto sobre las ventas, ya que esa medida no distorsio-

naría demasiado las decisiones de compra que las personas toman. Un observador más perspicaz recordaría la «fijación de precios según el cliente» del capítulo dos. Puesto que los clientes no pueden reducir con facilidad el consumo de combustible, no son muy sensibles con respecto al precio del mismo para uso doméstico; por consiguiente, el Gobierno debería implantar un impuesto un poco más alto para el combustible y algo menor para otros productos: los clientes no cambiarían demasiado su comportamiento y entonces la ineficiencia sería de poca importancia. Un observador todavía más agudo (tal vez después de haberle echado un vistazo al capítulo cuatro) se daría cuenta de que el combustible para uso doméstico es un recurso natural no renovable y su utilización resulta contaminante, y siendo ello así, las razones para aumentar los impuestos sobre el combustible para uso doméstico se tornan aún más poderosas.

Es difícil, pues, entender cuál es la razón que justifica una reducción de los impuestos sobre el combustible para uso doméstico y un aumento de los que recaen sobre otros productos; pero sólo lo es hasta que comenzamos a preocuparnos por los ancianos que se encuentran tiritando frente a una estufa de gas o un radiador de aceite eléctricos, porque no pueden permitirse encenderlos. ¿Es ésta una de las difíciles decisiones que a veces deben tomar los Gobiernos? No necesariamente. En lugar de gravar a todos con un tipo impositivo desproporcionado, es mejor elegir un tipo mucho más prudente y darles a los ancianos una «ventaja» —debido a la pobreza en la que están sumidos y debido también al hecho de que, al tener una salud delicada, tienen una mayor necesidad de calefacción—. La sencilla solución «política» es incrementar el gravamen sobre el combustible, pero, al mismo tiempo, darles un dinero extra a los ancianos; dinero que podrían usar para encender ese radiador y no pasar frío.

Sabemos, sobre la base del teorema de la ventaja, que una vez entregado el dinero, los jubilados encontrarán su propio modo de obtener un resultado eficiente —que, por cierto, puede no implicar mayor consumo de combustible—. No todos los jubilados pasan frío y quienes sí lo padecen quizá encuentren mejores soluciones al problema. Algunos pueden utilizar aquel dinero para mudarse a Florida; otros pueden colocar material aislante en sus viviendas; y quienes desde un prin-

cipio no sentían frío pueden gastar el dinero en otras cosas. Nadie consumirá más combustible a no ser que lo necesite y, si es así, tendrá el dinero necesario para satisfacer esa necesidad.

La lección que nos enseña el teorema de la ventaja es que, cuando surge un problema, merece la pena preguntarse si puede solucionarse reubicando los tacos de salida en lugar de hacerlo interfiriendo en la carrera. Esta estrategia no siempre resulta viable, pero como los mercados libres son eficientes, vale la pena tratar de aprovechar esa eficiencia para lograr otros objetivos.

A lo largo de este capítulo hemos realizado un fantástico viaje, no más verosímil que la historia de Fletcher Reede. El «mundo de la verdad» es un mundo en el que los mercados son «completos» (en el sentido de que cuentan con los activos necesarios para satisfacer las necesidades presentes y futuras), libres y competitivos. En la vida real, existen tantas probabilidades de que logremos un mundo cuyos mercados sean completos, libres y competitivos como de que afamados abogados empiecen a decirle la verdad a todo el mundo.

Por lo tanto, bien podrías estar preguntándote por qué has leído un capítulo, aunque fuera breve, acerca de la fantasía de algunos singulares economistas. La respuesta es que la fantasía nos ayuda a comprender por qué surgen los problemas económicos y también nos ayuda a movernos en la dirección correcta. Sabemos que la combinación de un mundo de mercados perfectos con la aplicación del teorema de la ventaja es lo mejor que podemos lograr. Cuando las economías del mundo real comienzan a funcionar inadecuadamente, sabemos encontrar los fallos del mercado (y hacer todo lo que podamos para arreglarlos).

Ya hemos analizado algunos de esos fallos: algunas empresas tienen el poder de la escasez y pueden fijar precios que están muy por encima del coste real, que es en el nivel en el que los precios se encontrarían si se tratara de un mercado competitivo. Ésta es la razón por la cual los economistas creen que existe una importante diferencia entre estar a favor de los mercados y estar a favor de las empresas, especialmente de algunas empresas en particular. El político que está a favor

de los mercados cree en la importancia de la competencia y quiere evitar que las empresas acumulen demasiado poder de la escasez. El político demasiado influenciado por los miembros de grupos de presión empresariales hará exactamente lo contrario.

Reciban o no ayuda por parte de los políticos, las empresas que tienen poder de la escasez representan un fallo del mercado. Existen otros dos más. En los dos siguientes capítulos, nos encontramos con ellos y, así, dejaremos atrás el curioso mundo de la verdad para enfrentarnos al mundo real una vez más.

Acabamos de aprender que, en el mundo de los mercados perfectos, todo cambia para mejor. Sabemos que este tipo de mercados es completamente eficiente y que produce resultados impecables en todos los aspectos, salvo en lo que concierne al reparto. Y también sabemos, gracias al teorema de la ventaja, que podemos arreglar anticipadamente cualquier queja en relación con dicho reparto. Cada uno de los problemas que aparecen se soluciona de forma rápida, o al menos así sucede con aquellos relacionados con la distribución de bienes y servicios.

Suena bien, pero entonces, ¿por qué esta mañana he estado dos horas atrapado en medio de un atasco cuando iba al trabajo? Ese tráfico de coches unos pegados a los otros constituyó un estúpido derroche de recursos. Todos nosotros podríamos haber ido en autobuses o habernos puesto de acuerdo entre varios y viajar en un solo coche y así hubiéramos llegado a nuestros destinos en el centro de Washington D. C. en quince minutos. ¿Dónde está el mercado perfecto en esa situación? La respuesta obvia es que, por supuesto, no existe un mercado perfecto ni ningún otro para conducir por las calles. Lo que tal vez sea menos evidente es que sí podría haberlo.

Las economías que funcionan sin contratiempos, porque se encuentran repletas de mercados perfectos, no son interesantes ni realistas. Sin embargo, ya que los mercados perfectos nos brindan un punto de referencia tan claro, para los economistas es mucho más sencillo tomarlos como punto de partida y descubrir qué es lo que no funciona en ellos, en lugar de empezar desde cero y descubrir qué es

lo que sí funciona. Y esta forma de pensar sobre el mundo nos llevará a descubrir el remedio para el tráfico urbano.

Lo que no va bien en mi mundo

Soy un hombre feliz, pero hay ciertas cosas en mi vida que me enfurecen y que ojalá pudieran ser diferentes. Desearía no tener que gastar tanto dinero actualizando el *software* de mi ordenador cada dos años. Desearía poder confiar en que mis médicos me den el tratamiento adecuado cuando estoy enfermo. Desearía que las calles de Washington no estuvieran atascadas por el tráfico y llenas de contaminación.

Estas tres quejas personales, aunque comunes, se corresponden con los tres aspectos fundamentales en los que los mercados no están a la altura de los elevados ideales de perfección a que hacemos alusión en el capítulo tres. Los mercados no logran funcionar correctamente ante el poder de la escasez, como vimos en el capítulo dos. Ése es uno de los problemas que se suscitan al comprar *software*: el mercado está bajo el dominio de una sola empresa, Microsoft, que tiene un poder enorme para fijar precios altos. Los mercados tampoco logran funcionar adecuadamente cuando quienes han de tomar las decisiones no cuentan con toda la información necesaria. Cuando acudo al médico, no tengo ni idea acerca de si me está suministrando un buen tratamiento; y, mientras que para él no es necesario tener en cuenta el coste que éste conlleva, mi seguro médico, en cambio, tiene todos los incentivos que puedan existir para negarse a pagarlo, sin siquiera conocer la situación real (nos dedicaremos al sistema de salud en el capítulo cinco). Por último, los mercados no funcionan bien cuando algunas personas toman decisiones que afectan a terceros: cuando un conductor compra gasolina en una estación de servicio, lo que está muy bien tanto para el conductor como para la estación de servicio, no sucede lo mismo con los terceros ajenos, incluyendo a los otros conductores, que tienen que respirar el monóxido de carbono resultante.

Estos tres grandes problemas se denominan «fallos del mercado»: el poder de la escasez —que analizamos en los capítulos uno y dos—, la falta de información —sobre la que hablaremos en el capítulo cin-

co— y el tema que trata este capítulo: las decisiones que generan efectos colaterales para terceros. Los economistas se refieren al efecto colateral como a una «externalidad», ya que se encuentra fuera del ámbito de la decisión original, como, por ejemplo, la decisión de comprar gasolina. Cuando, debido al poder de la escasez, la información incompleta o una externalidad, la economía no logra estar a la altura de ese idealizado «mundo de la verdad», se avencinan los problemas.

Cómo los conductores afectan a terceros

Washington D. C., Londres, Tokio, Atlanta, Los Ángeles, Bangkok y, en verdad, cualquiera de las grandes ciudades del mundo están repletas de coches, autobuses y camiones. Estos vehículos perjudican seriamente la felicidad de terceros inocentes, pues contaminan fuertemente la atmósfera. Hay que reconocer que la actual contaminación atmosférica en Londres no es tan grave como lo era durante el periodo conocido como *The Great Stink* («El Gran Hedor»), que tuvo lugar en la década de 1850, en la que murieron decenas de miles de personas a causa del cólera. No obstante, la contaminación atmosférica producida por el tráfico no es algo trivial: varios miles de personas mueren como consecuencia de que otros quieren conducir. En Gran Bretaña, alrededor de siete mil personas mueren prematuramente, todos los años, debido a la contaminación provocada por el tráfico: un poco más de una persona cada diez mil. En los Estados Unidos, la Agencia de Protección Medioambiental estima que quince mil personas mueren prematuramente a causa de la «materia de partículas» procedente de fuentes como los motores diesel. En zonas urbanas como Londres, el coste de los retrasos provocados por los embotellamientos es todavía peor si consideras que esa cantidad de horas que pasamos sentados en medio del tráfico representa una significativa pérdida de productividad o de tiempo libre. Además, también hay que considerar el ruido, los accidentes y el «efecto barrera» que disuade a las personas, en especial a los niños, de caminar hasta la escuela, las tiendas de la zona o, incluso, de encontrarse con los vecinos de enfrente.

La gente no es tonta: es casi seguro que quien viaja en automóvil

obtiene un beneficio del hecho de conducir. Sin embargo, lo hace a costa de todos los que lo rodean (los otros conductores que quedan varados en el medio del tráfico, los padres que no se atreven a que sus hijos vayan caminando a la escuela, los peatones que arriesgan sus vidas al cruzar la calle apresuradamente porque están cansados de esperar que cambie la luz del semáforo, los oficinistas que aun durante el sofocante verano no pueden abrir las ventanas debido al estruendo del tráfico...).

El mercado libre no puede proporcionar una solución al problema del tráfico, ya que cada conductor que se mete en su coche provoca sufrimiento en el resto de las personas. Los efectos externos de la congestión y de la contaminación son importantes desviaciones del «modo de la verdad». En ese mundo, cada acto de comportamiento egoísta acaba revirtiendo en el bien común: me compro, «egoístamente», ropa interior porque quiero, pero al hacerlo transfiero recursos a las manos de los fabricantes de ropa interior y no perjudico a nadie. Los trabajadores textiles en China, donde se fabrica esa ropa, buscan, por motivos puramente «egoístas», el mejor de los trabajos; mientras que los fabricantes buscan, por las mismas razones «egoístas», los empleados más capacitados. Y todo esto opera en beneficio de todos: los productos se fabrican sólo si las personas los desean y sólo los fabrican las personas más adecuadas para realizar ese trabajo. Los motivos egoístas son puestos a actuar en aras del beneficio de todos.

Los conductores, en cambio, se encuentran en una situación distinta, pues no ofrecen ninguna compensación por el sacrificio que imponen a otras personas. Cuando compro ropa interior, el dinero que gasto constituye una compensación por todos los costes provocados por fabricar ese tipo de ropa y vendérmela. Cuando me subo al coche para dar una vuelta, ni siquiera tengo que pensar en el coste que acarreo para el resto de la sociedad cuando utilizo para mi provecho las vías de libre circulación, esto es, gratuitas.

Diferentes tipos de precios: marginal y medio

No es del todo justo decir que los conductores pueden utilizar gratis las vías de circulación. En el Reino Unido, no es legal conducir un

coche, o incluso estacionarlo en la calle, si no has pagado un significativo, por su cuantía, impuesto anual, llamado *vehicle excise duty* (al que están sujetos los vehículos a motor que circulan por las vías públicas) —muchos estados en Estados Unidos tienen un impuesto similar—. La gasolina y el gasoil también están gravados de un modo suficientemente alto como para generar un gran resentimiento: en otoño del año 2000, por ejemplo, una serie de protestas que se generaron contra los elevados precios del combustible impidieron su llegada a las estaciones de servicio de Gran Bretaña, paralizando por completo la actividad en el país. En este país, los conductores pagan 20.000 millones de libras anuales en concepto de impuestos sobre los vehículos y los carburantes; y en Estados Unidos esa cifra ronda los 100.000 millones de dólares. Preguntarse si han pagado lo suficiente es formular la pregunta equivocada, pues la verdadera pregunta que hay que hacer es si están pagando por los «productos adecuados». La respuesta es «no».

Aquí están en juego dos conceptos diferentes de precio; y la diferencia entre ellos es importante. El precio medio que un conductor paga por un solo trayecto atravesando la ciudad es bastante alto, si por ello está pagando una cuota anual de la licencia; pero el precio que paga por realizar un viaje extra cruzando la ciudad es bajo: en ese recorrido no consumirá mucho combustible y los conductores no son gravados por esos viajes adicionales. Una vez que ya has pagado por tu derecho a poner el coche en la calle por primera vez, no se te hace un descuento por mantener un bajo kilometraje: ya no importa que conduzcas sin parar, pues eso no agregará ni un céntimo a la factura del impuesto en cuestión. Ésa es la diferencia entre el precio medio y el precio marginal (que es el precio que se paga por realizar un viaje adicional).

Para comprender por qué es importante esta diferencia, fijémonos en el caso del alcohol. Cuando estaba en la universidad, las asociaciones estudiantiles y los clubs realizaban con frecuencia grandes fiestas en las que algunas personas no bebían alcohol en absoluto, pero la mayoría, lo que es menos sorprendente, bebía muchísimo. Esto se debía a la existencia de dos tipos distintos de entradas. Las entradas «alcohólicas» (de «barra libre») permitían la obtención de un número ilimitado de copas,

tras haber realizado el pago de una cuota por adelantado de, digamos, 10 libras (en aquel entonces, alrededor de quince dólares). El otro tipo de entrada era mucho más barata, pero, en su lugar, debías beber zumo de naranja y permanecer en una esquina, mientras quienes bebían alcohol se ponían cada vez más desagradables. Cambiar de opinión y tomar un par de cervezas resultaba una propuesta algo cara, así que la mayoría de la gente prefería maximizar el valor de la oportunidad de beber ilimitadamente o bien desentenderse por completo de beber alcohol. Por supuesto, el resultado era caótico, aunque mucha gente consideraba que servía para garantizar muy buenas fiestas.

Puesto que la universidad era consciente de que el alcoholismo representaba un problema, se pensó en resolverlo, en la siguiente fiesta, subiendo el precio de la cuota que se pagaba por adelantado a, digamos, 20 libras (aproximadamente treinta dólares). Sin embargo, lo que, probablemente, sucedería es que, mientras unas pocas personas cambiarían de entrada, para convertirse en disgustados bebedores de zumo de naranja, o abandonarían por completo esa asociación, la mayoría de los bebedores decidiría que una fiesta sin alcohol no tenía mucho sentido y, a regañadientes, vaciarían el contenido de sus carteras (y muchos de ellos, por la noche, el contenido de su estómago).

La universidad malinterpretó el problema. Entendieron que las personas bebían demasiado y, correctamente, pensaron que, probablemente, la solución estribaría en un aumento en el precio de la bebida. El problema es que existen maneras distintas de definir el precio medio de una bebida: para el estudiante típico que toma veinte copas, éste es de 50 peniques. Y luego está el precio *marginal* de una copa, que es igual a cero. Una vez que has pagado la tarifa por adelantado, da igual que bebas sin parar.

Pregunta: si fueras tú quien dirigiera la universidad, ¿encararías el problema: *a)* subiendo el precio de la cuota «de barra libre» por adelantado; *b)* comprando zumo de naranja de mejor calidad; o *c)* eliminando aquella cuota por adelantado y cobrándole a cada persona por lo que realmente bebe?

Quizá sería bueno, en todo caso, que el zumo de naranja fuera de mejor calidad, pero el Economista Camuflado sugeriría, humildemente, que la solución al problema subyacente es la opción *c*.

Ahora, volvamos a la congestión del tráfico. Si fueras asesor del ministro de Transportes podrías, quizá, sugerirle una analogía con el caso de las fiestas estudiantiles. Actualmente, los potenciales conductores cuentan con dos opciones: aflojar una considerable cuota por adelantado y conducir todo lo que deseen; o no conducir en absoluto. Esta segunda opción, la del «zumo de naranja», les obliga a andar en bicicleta, utilizar el transporte público o caminar; aunque, al igual que sucede con las fiestas de estudiantes, cuantas más personas elijan la primera opción, menos atractiva se volverá la segunda.

Podrías incluso proponerle algunas medidas optativas: *a)* aumentar la tarifa por conducir; *b)* ofrecer un «zumo de naranja» de mejor calidad (más autobuses, mejores trenes, carriles para bicicletas, pasos de peatones); o *c)* descartar por completo la tarifa que se paga por adelantado y cobrarle a las personas según la cantidad de viajes que realizan.

Podría suponerse que todas estas opciones reducirían la congestión del tráfico hasta cierto punto, quizá en gran proporción; pero la opción *c* es la única que ataca el núcleo del problema. Los conductores no viven en el «mundo de la verdad», lo que significa que no pagan el verdadero coste que sus acciones tienen, incluyendo las «externalidades» o los efectos colaterales que recaen sobre terceros. La opción *c*) intenta hacerles pagar ese coste, al que podríamos denominar «impuesto sobre la externalidad».

En la actualidad, a cada conductor potencial se le ofrece la misma clase de acuerdo que a los estudiantes que querían asistir a las fiestas: desembolsar un fajo de dinero en efectivo a cambio de una borrachera sin límites o no pagar nada y no recibir nada en absoluto. No hay término medio.

Lo que animaba excesivamente las fiestas estudiantiles no era el hecho de que las bebidas terminarían costando un promedio de 50

peniques (menos de un dólar), sino el hecho de que la siguiente bebida siempre era gratis. Análogamente, la congestión en la circulación no está provocada por el hecho de que el impuesto por cada viaje en coche sea, en promedio, de 50 centavos de dólar: está causada por el hecho de que el viaje siguiente siempre sale gratis.

No debemos obsesionarnos con la cantidad que paga en promedio cada conductor. Sin duda que lo que cada clase de persona paga en promedio es una importante cuestión en relación con la distribución de la renta; pero, aunque el tema de la distribución es importante, no tiene un gran impacto en el embotellamiento de nuestras calles o en la contaminación de nuestras ciudades.

Lo que tiene una mayor importancia en el tema de la congestión es el precio marginal que los conductores pagan; o, para expresarlo de otro modo, el precio que pagan por realizar un viaje más. Después de todo, los coches, por sí mismos, no causan mucha polución o congestión: los viajes en coche son el problema. Las universidades fomentarían adecuados niveles de consumo de bebidas si les cobrarán a los estudiantes por bebida consumida. Del mismo modo, el Ministerio de Transportes fomentaría un nivel adecuado de viajes en coche si les cobrara a los conductores por viajes realizados.

El precio debería reflejar el daño

Como de costumbre, he estado simplificando excesivamente las cosas. En la mayoría de los países europeos, los conductores pagan un impuesto por kilómetro recorrido en forma de un alto impuesto sobre el combustible. Sin embargo, este impuesto no se corresponde exactamente con los costes que los conductores se causan entre ellos así como a quienes no conducen. Las personas que viven en zonas rurales también pagan los impuestos (por lo general gastan entre un cuarto y un tercio más en gasolina que quienes viven en zonas urbanas), pero son quienes viajan a su trabajo en las horas punta, en Londres, Nueva York o París, los que causan los embotellamientos más grandes, contaminan seriamente la atmósfera y generan ruido. Los mismos viajes, pero realizados en las primeras horas de la madrugada, no

provocan un embotellamiento, aunque la contaminación y el ruido sí que constituyen un problema. Haz un viaje de similar distancia de una casa a otra en Alaska y no provocarás una congestión. Es probable que el ruido sólo sea escuchado por algún caribú extraviado. El daño causado por los agentes contaminantes será mucho menor, porque muchos de ellos se dispersarán de forma inofensiva. Si la idea de un impuesto sobre los viajes consiste en que cada conductor asuma el coste de sus acciones, el conductor que conduce en Nueva York durante la hora punta debería pagar una suma mayor, pues está causando un daño más grande a los demás. Cualquiera que sea el nivel de la carga impositiva sobre la externalidad que se considere adecuada, si se trata de reflejar la externalidad, debería variar de acuerdo con el momento y el lugar.

La idea de un precio por la externalidad no tiene por objeto disuadir a las personas de que dejen de hacer lo que podría causar molestias a los demás, sino conseguir que lleguen a tener en cuenta las molestias que causan a los demás. Por poner un caso extremo: si voy paseando por las montañas de Virginia conocidas como Blue Ridge, resulta agradable poder admirar la belleza del lugar en relativa soledad, por lo que me resulta ligeramente molesto encontrar los senderos abarrotados de personas. Tal vez me molesten, pero no sería «eficiente» prohibirles la excursión, porque ello les proporciona mucho placer; y a mí, tan sólo, un leve problema.

El importe del impuesto sobre la externalidad debe encontrar el justo equilibrio entre el placer y el malestar; debe reflejar el coste de la externalidad..., pero no más. Nuestro objetivo debería ser lograr un mundo en el cual las personas se sientan libres de hacer aquello que les gusta, aun si eso molesta ligeramente a otros, pero también un mundo en el cual todos nos abstengamos de causar daño a los demás si el esfuerzo que implica evitar dicho perjuicio es pequeño. En el capítulo tres pudimos descubrir que los mercados perfectos generan un mundo como éste, al menos dentro de la esfera en la que los mercados operan. Los mercados perfectos no pueden hacernos sonreír a los transeúntes o amar a nuestras familias, pero pueden asegurarse de que consigamos un capuchino si, y sólo si, estamos dispuestos a pagar más de lo que representa su coste real, lo que incluye el coste, en tiempo

y en «molestias», de los *baristas*, los cosechadores de grano de café, los empresarios, los fabricantes de las máquinas, y el resto. En otras palabras, los mercados perfectos nos permiten sentirnos libres para hacer aquello con lo que disfrutamos sólo si nuestro placer es mayor que las molestias causadas para hacerlo posible.

Ésa es la razón por la cual los economistas se sienten bastante relajados cuando los mercados parecen funcionar bien; aunque seguimos también en alerta ante la aparición de los muchos otros fallos del mercado. Así pues, ¿cómo nos aseguramos de que, cuando estoy decidiendo si cruzo o no la ciudad en coche, pueda tener la certeza de que el beneficio para mí es superior al sacrificio que significa para los demás? No es necesario preocuparse por los costes y los beneficios que forman parte de una transacción dentro de un mercado eficiente. De este modo, si el refinado del petróleo y la venta al por menor de gasolina son mercados perfectos (contrariamente a lo que comúnmente se cree, no distan tanto uno del otro), los trastornos ocasionados para refinar y distribuir la gasolina se reflejan plenamente en el precio. No compraré gasolina a menos que el beneficio que obtenga de ella sea mayor que los problemas que ocasiona el refinarla y distribuirla.

En cambio, deberíamos preocuparnos por los costes y beneficios que escapan de esa transacción de mercado. La contaminación procedente de la gasolina provoca «envenenamiento» local y «calentamiento global». Y, sin embargo, la mayor parte del daño por contaminación que se produce cuando consumo un depósito de gasolina no me afecta a mí o a la compañía petrolera. El truco está en imitar a los mercados perfectos, haciendo que los conductores paguen el coste total de sus acciones: ya han pagado los costes de mercado a la compañía petrolera, pero además deben pagar los costes de la externalidad. Estos costes representan los sacrificios impuestos a los demás, pero no soportados ni por el conductor ni por la compañía petrolera.

Ahora, todos los elementos están en su lugar y podemos diseñar un impuesto sobre la externalidad. Sabemos que en una elección individual o en un intercambio dentro de un mercado se pueden originar costes y beneficios; y, si así sucede, estaremos ante una situación inefi-

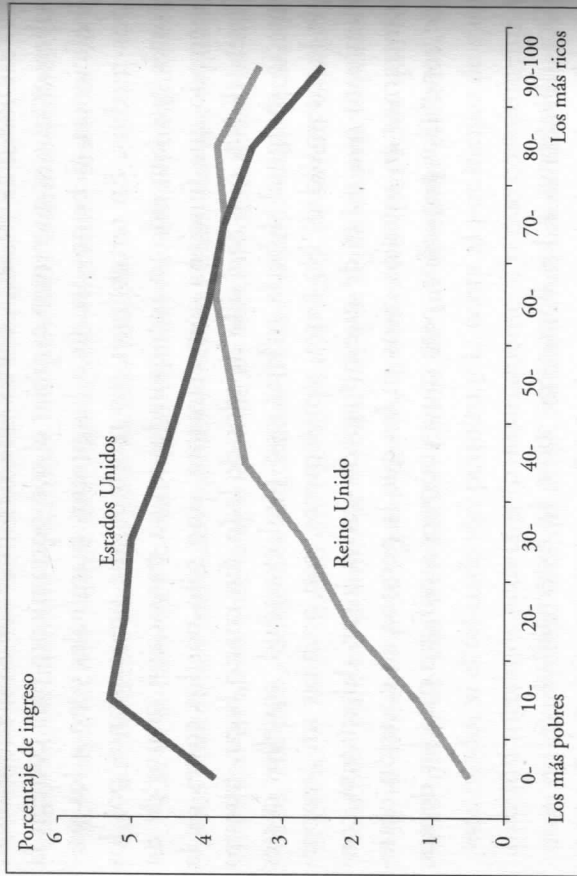
ciente (traducción: podríamos hacerlo mejor, consiguiendo que al menos una persona salga beneficiada y nadie perjudicado). También, sabemos que si queremos cambiar el comportamiento para corregir la ineficiencia, debemos acudir a los precios marginales y no a los precios medios. En tercer lugar, no tenemos que preocuparnos por los costes que han sido ya incorporados a una transacción dentro de un mercado que funciona correctamente, sino sólo por los costes de la externalidad, que han sido dejados de lado. En cuarto lugar, nuestro precio marginal debería reflejar, con total exactitud, aquellos costes de la externalidad. No basta, simplemente, con prohibir un comportamiento que no es de nuestro agrado; en su lugar, deberíamos concentrarnos en aquellos casos en los que la persona en cuestión obtiene beneficios pequeños, pero causa enormes sacrificios para los demás.

Dos objeciones a los impuestos sobre la externalidad

Un impuesto sobre la externalidad es, de hecho, un impuesto estatal y todos los impuestos estatales resultan controvertidos. Este tipo de impuestos, a menudo, es atacado desde dos contrapuestos ámbitos de la conocida como *moral high ground* («terreno de la moral superior»).

Por uno de los flancos surge la objeción de que el impuesto sobre la externalidad es un tributo injusto y está dirigido a los grupos más desfavorecidos. Considera la idea de cobrarles a los conductores que conducen en las horas donde el tráfico está congestionado. Ante propuestas de este tipo (y se les ha dado gran difusión), los grupos de presión en favor de los coches argumentan que los conductores ya pagan suficiente y que no es justo sacar de las calles a los conductores pobres por medio de un alza del precio. Del otro flanco salen quienes se oponen fuertemente a la actividad misma a la que se va a gravar con el impuesto, y ello sobre la base de que, una vez que se haya cobrado el impuesto a la externalidad, los ricos igual podrán seguir haciendo lo que quisieran, por más censurable que fuese. En el caso del tráfico, los grupos de presión en contra de los coches se quejan de que es vergonzoso que los conductores ricos puedan permitirse el lujo de conducir todo lo que quieran, dado el daño ambiental que provocan.

¿Cuánto se gasta en combustible?



Fuente: Smith, 1992. Chermick y Reschovsky, 1997.

¿Generan los impuestos sobre la externalidad una redistribución injusta de la renta? No están dirigidos éstos a los pobres, sino a las actividades voluntarias: si decides dejar de causar perjuicios a los demás, no tienes que pagar ningún impuesto a la externalidad. Es cierto que los ricos pueden permitirse conducir más que los pobres, pero es igual de cierto que también pueden darse el lujo de comer más que los pobres; y eso es igualmente injusto. Sin embargo, si aceptas el funcionamiento del sistema de precios para productos básicos como la comida, ¿por qué no para el espacio de las vías de circulación o la limpieza del aire? Admitimos que la comida, la ropa y la vivienda no pueden ser productos gratuitos, porque si así fueran, se acabarían rápidamente. Y nos quedamos sin espacio libre en las vías de circulación precisamente porque son gratuitas.

Más aún, puesto que son los ricos los que llevan a cabo la mayoría de las actividades, los impuestos sobre la externalidad, a menudo, redistribuyen el dinero del modo deseado. En el caso de la tributa-

ción sobre la congestión del tráfico, la verdad es sorprendente: en el Reino Unido, los pobres no conducen (andan en bicicleta, caminan o cogen el autobús). El diez por ciento más pobre de la población gasta casi siete veces menos en combustible que el diez por ciento más rico, pese a su porcentaje de ingresos mucho menor. El gasto total en combustible del diez por ciento más rico es, por lo menos, treinta veces mayor que el del diez por ciento más pobre. La conclusión es que la carga impositiva sobre la congestión no sólo mejora la eficiencia, sino que también redistribuye el dinero al exigirles un impuesto mayor a los ricos.

Este método es bueno para los defensores de la tributación sobre la congestión en Gran Bretaña, pero no sirve en los Estados Unidos, en donde los pobres todavía conducen mucho y así dedican un mayor porcentaje de sus ingresos al pago de impuestos. No obstante, no necesariamente se trata de un obstáculo imposible de salvar, porque el impuesto a la externalidad puede diseñarse para que no redistribuya en exceso. En el caso de las vías de circulación, el Gobierno podría eliminar el impuesto que recae sobre el vehículo (el aludido *vehicle excise duty*), que representa un cuantioso impuesto por adelantado, y empezar a recaudar el impuesto sobre la congestión viaria en cada viaje que se efectúa. Esta medida captaría los beneficios que la eficiencia de un impuesto de esa clase genera sin tener un gran impacto sobre la distribución. Es posible neutralizar una gran parte de la redistribución causada por el impuesto sobre la externalidad y, al mismo tiempo, conservar los efectos que potencian la eficiencia. Esta opción es una variante del *lump-sum tax* sobre Tiger Woods que se proponía en el capítulo tres: podemos utilizar estos impuestos de suma global para redistribuir la renta sin destruir la eficiencia.

El economista, una vez superado el ataque procedente del flanco de la redistribución, debe enfrentarse al otro flanco y ocuparse de la entusiasta acusación procedente de la *moral high ground* del ecologismo. No todos los ecologistas se oponen a las cargas tributarias sobre la contaminación y la congestión, pero algunos sí lo hacen. Y la razón de esta oposición es que creen que la contaminación debería ser ilegal directa-

mente, en lugar de ilegal para los pobres y económicamente accesible para los ricos. ¿Por qué debería permitírseles a los ricos contaminar? Con carácter más general, algunos grupos de presión protestan contra el impuesto sobre la externalidad con base en el hecho de que éste permite que, pagando, las personas continúen realizando cualquier actividad inaceptable de la misma manera en que vinieran haciéndolo.

Una respuesta parcial es decir que ni siquiera los ricos contaminan por pura diversión. Es verdad que los ricos tienen más probabilidades de poder pagar un impuesto sobre la congestión viaria, pero no por eso van a hacer caso omiso de él. Tal vez, tendrán cuidado en hacer un solo viaje al supermercado, en lugar de dos, o, incluso, irán caminando a la tienda más cercana en vez de conducir hasta un lugar más alejado. El impuesto sobre la externalidad hace que las otras alternativas luzcan más atractivas, tanto para los ricos como para los pobres.

Y lo que es más fundamental: no debemos confundir la severidad de la regulación de la externalidad con el método de dicha regulación. Se puede fijar que el impuesto sobre la externalidad sea de un dólar diario, 10 dólares diarios o 1.000 dólares diarios. Lo que sí sabemos es que cualquiera que sea el grado de gravedad que la sociedad le confiera a la externalidad, el impuesto es el modo más eficiente de controlarla. Por ejemplo, un impuesto sobre la congestión viaria, que haya sido bien diseñado, constituye el modo más eficiente de lograr una determinada reducción en la utilización de las vías de circulación. Cuál es el nivel deseable de tal reducción es una pregunta que puede tener muchas respuestas, pero el impuesto sobre la congestión es la mejor manera de lograr cualquiera de esas respuestas.

Existen ciertas alternativas al impuesto sobre la congestión que se asemejan bastante a prohibir por completo la conducción de vehículos. El problema es que no funcionan tan bien. Por ejemplo, el Gobierno no podría suministrarle a todo el mundo unos vales que les permitan conducir hasta veinte millas (treinta y dos kilómetros) por semana. El resultado inmediato de semejante plan sería que algunas personas, la mayoría de ellas pobres, querrían venderles sus vales a los demás, la mayoría de ellos ricos: el pobre preferiría contar con el dinero y el rico preferiría contar con el derecho a conducir. Si el Gobierno permite que los vales se comercialicen, entonces habrá venido a aplicar

un impuesto sobre la congestión, aunque por un medio distinto, y, es probable, de una forma algo menos eficiente, dada la complicación añadida de la comercialización de los vales. (El montante del impuesto resulta ser el valor de los vales que determina el mercado.) Y si el Gobierno prohíbe la comercialización de los vales, el plan es claramente ineficiente, ya que las personas que desean comercializarlos no pueden hacerlo.

Otras alternativas, tales como cobrar un alto impuesto sobre el estacionamiento de los vehículos, son probablemente menos eficientes todavía, aunque es difícil demostrarlo en un solo párrafo. Por ejemplo, los impuestos altos sobre el estacionamiento logran disuadir a algunos conductores, pero la relación entre conducir y estacionarse es bastante indirecta. Algunos conductores pasarán un tiempo adicional en las calles, tratando de encontrar un lugar para aparcar. Si lo que el Gobierno quiere es disuadirlos de conducir causándoles un gasto, es mejor gravarlos directamente e invertir ese ingreso en algo útil.

Algunos grupos de presión siempre se quejarán de que los impuestos sobre la externalidad no son lo suficientemente severos, mientras que otros protestarán porque creerán que son draconianos. El argumento que el economista defiende es que, con independencia de cuán severos decidamos ser, el impuesto sobre la externalidad constituye la forma más eficiente de serlo. Ante cualquier otra medida, los economistas pueden proponer una alternativa que utilice una carga impositiva a la externalidad, la cual mejorará la situación de algunos sin perjudicar a nadie.

¿Cuánto vale tu vida?

El apartado anterior deja muy claro que el nivel de cualquier impuesto sobre la externalidad está destinado a ser objeto de controversia. Para el Economista Camuflado, que intenta recrear el «mundo de la verdad», el impuesto ideal sobre la externalidad incluye *todos* los costos externos reales y *sólo* los costos externos reales.

Vale la pena que pensemos en cómo sería el sistema ideal que se ocuparía de las externalidades en torno a la conducción de vehículos. A cada conductor que se trasladara por determinada zona y que por ello

liberara agentes contaminantes que dañasen la misma se le cobraría por la contaminación generada, si condujera en una zona densamente poblada. Habría otro impuesto distinto, que se cobraría en cada viaje, por la emisión de dióxido de carbono, ya que contribuye al cambio climático con independencia de en qué lugar del planeta se realicen esas emisiones. En cada caso, el precio del viaje dependería de qué limpias fueran las emisiones de cada vehículo. Los conductores afrontarían impuestos adicionales por viajar en zonas congestionadas y a horas congestionadas. Los autobuses más viejos, que son los que emiten los peores agentes contaminantes, serían gravados fuertemente y con esta medida es probable que se los alentara a modernizar sus motores. Los vehículos más pesados pagarían una tasa por viajar sobre carreteras y puentes frágiles. A los vehículos 4x4 se los gravaría con un impuesto adicional porque, en caso de accidente, tienen una mayor probabilidad de matar a otro usuario de esa misma vía.

¿Todo esto significa que deberíamos volver a utilizar el «impuesto sobre los artículos de lujo» en relación con los vehículos caros? En absoluto. Dicho impuesto era, casi con certeza, contraproducente desde el punto de vista ecológico, ya que fomentaba que las personas conservaran los vehículos más viejos y más contaminantes: un coche barato y viejo, por lo general, será más contaminante que un lujoso coche moderno. Los vehículos 4x4 podrían ser gravados con un impuesto mayor porque su consumo de combustible no es eficiente y porque su peso y su altura representan un peligro para los otros vehículos, pero no porque sean caros. El objetivo es fomentar que las personas utilicen vehículos más pequeños, ligeros y más eficientes; no alentarlos a que conduzcan vehículos más baratos.

Esto parece complicado. ¿Podría ser posible que funcionara? Es fácil imaginar a cada coche disponiendo de un pequeño ordenador conectado a un sistema mundial de rastreo (el tan conocido, hoy en día, GPS —Global Positioning System—), que localizara las zonas donde hay atascos. Además podría controlar las emisiones del tubo de escape. Una pantalla en el salpicadero mostraría el importe al que se elevaría el impuesto, tal vez acompañado de consejos útiles: «¡Im, este viaje, hasta ahora, te cuesta 9 centavos por minuto. ¿Sabías que podría costarte la mitad si pusieras a punto el motor?». »

La tecnología llegará algún día; una gran parte de ella ya se encuentra disponible. No obstante, existe otra dificultad: determinar cuál es el coste real de las externalidades. El ordenador puede medir la congestión viaria y la contaminación, pero ¿cuál es el coste de hacerle perder el tiempo a los demás en un embotellamiento? ¿Cuál es el coste de envenenar a las personas con partículas en suspensión o benceno? Muchas otras externalidades implican costes y beneficios reales de muy difícil medición: tiempo, salud, paz, incluso la muerte.

Con el objeto de aclarar mejor este asunto, tal vez sea útil que nos concentremos en el caso específico de poner un precio a las externalidades causadas por el uso de vehículos. Ya es bastante difícil medir los hechos físicos: ¿cuánto daño causa un vehículo más en las vías de circulación?, ¿cuánto ruido origina ese vehículo más?, ¿cuántos accidentes?, ¿cuánto retrasa a los otros vehículos?, ¿cuánta contaminación?, ¿qué enfermedades causa esa contaminación específica? Pero es más difícil aún medir las consecuencias psicológicas. ¿Cuánto se preocupa la gente por diferentes «molestias»: el aire viciado, el ruido, las demoras del tráfico y el estrés, o incluso la enfermedad y la muerte? Sin mencionar siquiera que para cada individuo estas cosas tienen un valor diferente.

Rendirse ante estos problemas es muy tentador. Seguramente no es posible establecer un determinado valor para el ruido o para las demoras y, ciertamente, parece imposible fijar un valor para la vida humana. Pero nos engañamos a nosotros mismos si pensamos que podemos evitar tomar este tipo de decisiones. Cada medida que adopta el Gobierno y cada elección individual que hacemos implican que se ha hecho una valoración de este tipo de cosas, aun cuando nadie haya sido lo suficientemente honesto para reconocerlo o, incluso, admitirla como propia.

De forma individual, estamos constantemente tomando decisiones que asignan un valor a nuestro medio ambiente, a nuestro tiempo e incluso a nuestras vidas. Si al alquilar un apartamento o al reservar la habitación de un hotel pagas una suma superior para evitar una zona ruidosa, de forma implícita le has asignado un valor a la paz y la tranquilidad. Si decides esperar al autobús en lugar de pararte un taxi, estás implícitamente atribuyendo un determinado valor a tu tiempo. Si decides que te da pereza comprar una alarma contra incendios,

has preferido un ahorro en tiempo y dinero a cambio de un aumento de las probabilidades de morir. Sin embargo, cuando decides algo así, probablemente, no le confiesas a nadie, ni siquiera a ti mismo, el precio en que has valorado la tranquilidad, el tiempo y la vida.

También los Gobiernos toman decisiones que implican que han determinado el valor de nuestras vidas. ¿Debería el Gobierno colocar más señales y carteles en la vía pública o gastar más dinero en radares de velocidad, o mejorar el sistema de salud, o financiar la investigación del cáncer, o, de hecho, no hacer ninguna de estas cosas pero bajar los impuestos y mejorar la calidad de las universidades u ocuparse de los parques nacionales? Es necesario tomar este tipo de decisiones; y cuando, finalmente, son tomadas, éstas llevan en su interior lo que creemos con respecto a esos valores subjetivos, incluido el del valor de la vida humana. Calcular el impuesto sobre la externalidad es, simplemente, más delicado, pues, si se hace como es debido, es necesario explicar y justificar, de un modo explícito, esa creencia. Si esto no se hace, dejando implícita esta asunción, quedamos, en el mejor de los casos, a merced de los cambios aleatorios de los procesos políticos y, en el peor de los supuestos, consintiendo las demandas egoístas de los grupos de presión.

Una de las mejores formas de calcular estas valoraciones subjetivas es observar lo que las personas hacen en la realidad. Los economistas tienen la teoría de la «preferencia revelada», según la cual las personas revelan sus preferencias por medio de las elecciones que realizan como consumidores. Compraste manzanas cuando podías haber permitido comprar peras: por lo tanto, preferiste las manzanas a las peras. Para un economista, la preferencia no sólo es deducida de tales opciones, sino realmente definida por las mismas. Sólo se precisa dar un corto paso para concluir que las personas son, además, consumidores racionales cuando se trata de factores menos tangibles, incluso cuando se trata de su propia salud y seguridad. Si no estás dispuesto a pagar 5 dólares por un viaje en taxi y así ahorrar veinte minutos, entonces para el Economista Camuflado la conclusión es que preferes gastar esos 5 dólares en alguna otra cosa. No es una conclusión muy espectacular, pero para algunas personas resulta controvertida. También, basándose en la decisión que tomaste sobre el alquiler del apar-

tamento, llegará a la conclusión de que para ti la paz y la tranquilidad bien valen 15 dólares adicionales a la semana; y, al ver que no tienes un detector de humo, supone que no estás dispuesto a sacrificar una hora de tu tiempo y a pagar 20 dólares para reducir a una entre un millón la probabilidad de que mueras como consecuencia de un incendio.

Dos importantes fuentes de información sobre las preferencias de las personas las constituyen el precio de la vivienda y los salarios. El precio de la vivienda lleva grabada información sobre el valor que las personas atribuyen a todo tipo de beneficios: la cercanía a distintos tipos de tiendas, las zonas verdes, el bajo índice de criminalidad, la tranquilidad, el sol que entra por la ventana en la mañana... Algunas de estas cosas pueden medirse con bastante exactitud: por ejemplo, el precio de dos casas idénticas, ubicadas en la misma calle, una frente a la otra, revelará probablemente cuánta gente prefiere una casa orientada al sol. Del mismo modo, los salarios pueden revelar información acerca de si existe una diferencia salarial entre trabajos que, requiriendo una cualificación muy similar, conlleven diferentes grados de peligrosidad.

Este método presenta algunas imperfecciones, en especial: ¿qué sucede si la paz y la tranquilidad vienen de la mano con una calle sin salida, en la que tus hijos pueden jugar seguros, y con un aislamiento térmico, que te hará ahorrar en tu factura de calefacción? ¿Qué proporción de esos 15 dólares adicionales corresponde realmente al pago por un entorno tranquilo? ¿Qué sucede si el muy bien remunerado, pero peligroso, trabajo en la plataforma petrolífera exige además que no bebas alcohol durante seis semanas y que pases todo tu tiempo libre en su interior? Tal vez la remuneración no tenga nada que ver con el peligro, y todo con las molestias asociadas a ese tipo de trabajo. Siempre será difícil desenmarañar estos factores diferentes, y es imposible saber en qué medida lo habrás conseguido, pero, con la información suficiente, los economistas pueden lograr lo que, para ellos, es una decente hipótesis.

Un segundo problema reside en que, cuando compraste tu detector de humo, tal vez pensaste que con él reducirías las probabilidades de morir en un incendio a una entre cincuenta millones, y no a una

entre un millón. Así que, antes de apresurarnos a sacar una conclusión sobre en cuánto valoras tu vida, realmente necesitamos descubrir cuál era la probabilidad de salvarla que le asignabas a la alarma contra incendios y reconocer que tal vez, después de haberlo pensado, no te interesaba invertir mucho tiempo en averiguarlo.

A pesar de que estos métodos son controvertidos e imperfectos, reflejan una importante suposición de la corriente económica dominante: nadie valora tus intereses tanto como lo haces tú mismo.

Dos lagunas diferentes en nuestro conocimiento

El uso de la técnica de fijar un precio a la externalidad descansa en el conocimiento de una información poco sólida con respecto a cuánto valoramos la reducción de ciertas externalidades, tales como el ruido, los accidentes, la contaminación y los embotellamientos. Pero no es esta la única laguna de nuestro saber, pues tampoco sabemos cuál es el modo más barato de reducir el ruido, los accidentes, la contaminación y los embotellamientos. Y es aquí, en esta segunda laguna, donde aquella valoración económica de la externalidad entra en juego.

Poner un precio no resulta ser peor que otra clase de medidas cuando llega a enfrentarse a ese primer tipo de débil información mencionada. Sabemos que cualquier política de medidas —de regulación, de fijación de precios, de dirección y control, de impuestos o de liberalismo («laissez-faire») — contiene suposiciones implícitas o explícitas acerca de la evidencia científica sobre externalidades como la contaminación y la congestión, y las preferencias subjetivas que las personas tienen respecto a su tiempo, comodidad y salud. Ninguna política de medidas puede tener un éxito que supere en grado la exactitud de sus suposiciones.

La verdadera ventaja de poner un precio a la externalidad es que sortea el obstáculo de la segunda laguna de nuestro conocimiento. Nadie conoce —todavía— cuál es la manera más barata de solucionar el problema del tráfico. Sin embargo, la valoración económica de la externalidad trae a ese mundo de la verdad, que el mercado crea para nosotros, la contaminación, la congestión viaria... Siempre que los

individuos deban enfrentarse a la verdad o, por lo menos, a nuestra mejor estimación de los costes de sus acciones, encontrarán una forma de reducir dichos costes. Cuantas más veces tengan que responder, más sorprendentes e innovadoras pueden llegar a ser las respuestas, como estamos a punto de ver.

El efecto Nueva Orleans

Una visita a Nueva Orleans puede enseñarnos cuán profundamente las personas pueden llegar a reaccionar ante las señales de precios. Esta ciudad exhibe un estilo arquitectónico único —el conocido como *Camelback* («joroba de camello») —, que se fundamenta en la elusión de impuestos. A finales del siglo XIX, las viviendas se gravaban según la cantidad de plantas que una casa poseía en su fachada, razón por la cual el diseño de estas casas contemplaba una sola planta en su fachada y más de una en la parte de atrás. Este tipo de vivienda resulta encantador, pero si en realidad fuera un diseño práctico, se hubiera puesto de moda en todas partes. Algo similar sucede en Gran Bretaña, que está repleta de casas con aspecto lúgubre en respuesta a la política, vigente desde 1696 hasta 1851, de gravar a la gente según el número de ventanas que tenía una vivienda.

Los partidarios de la tributación sobre la congestión viaria creen que tiene que ser más fácil persuadir a las personas de que encuentren una manera de reducir la cantidad de viajes en automóvil que vencerlas de que se construyan su propia casa según un innovador, pero disparatado, estilo arquitectónico. Según sus expectativas, las cosas no cambiarían demasiado durante algunas semanas, pero con el transcurso de los meses, llegaríamos a vivir en una sociedad en la que todos pudiéramos trasladarnos de una manera rápida y segura.

El impuesto sobre la congestión viaria puede producir un cambio en las pequeñas decisiones que tomamos todas las semanas con respecto a si conducimos hasta el supermercado, cogemos el autobús, vamos caminando hasta la tienda o compramos comida por Internet; pero también tendrá su peso cuando lo pongamos en la balanza junto a cuestiones más importantes. Cada año, una de cada tres perso-

nas cambia de trabajo y una de cada siete se muda; cada vez que eso sucede, existe una evidente oportunidad de reconsiderar nuestras opciones de traslado, a la luz del impuesto sobre la congestión.

Se produce aquí también un efecto dominó, ya que los cambios en el comportamiento se refuerzan entre sí. Si un número mayor de personas comienza a coger el autobús, habrá más espacio en las calles y los autobuses circularán más rápidamente... y podrán realizar viajes rentables con mayor frecuencia. Si un mayor número de personas se junta con otras para viajar en un solo automóvil, cada una de esas personas encontrará, con mayor rapidez, potenciales compañeros de viaje, y con recorridos más similares. Si cada vez más personas tratan de ahorrarse el importe del impuesto sobre la congestión trabajando desde sus casas un par de días a la semana o viajando al trabajo a una hora distinta del día, un número mayor de empresas encontrará una forma de acomodarlas en su sistema de trabajo. Es posible que las personas intenten vivir más cerca de sus trabajos o que las empresas se muden a zonas más rurales, para que sus empleados se trasladen hasta allí sin tener que pagar un alto impuesto sobre la congestión. Sencillamente, no lo sabemos. Lo que resulta atractivo de la valoración económica de la externalidad es que ataca el problema sin suponer ninguna solución de antemano. El impuesto sobre la congestión ofrece una señal al conductor: al traer tu automóvil a la ciudad en una hora punta, le impones a los demás un determinado sacrificio. Los conductores entonces tienen que tomar una elección: pagar la compensación o encontrar una manera de evitar que ese coste les sea impuesto. Existen muchas, muchas maneras de eludir ese coste y el mercado puede ser lo suficientemente ingenioso como para descubrirlos. Cuando no está presente ninguna externalidad, los mercados determinan, de forma automática, los costes e incentivan a los productores para que los reduzcan. Cuando las externalidades están presentes, los costes o sacrificios que conllevan son invisibles para el mercado, pero sistemas como la tributación sobre la externalidad suministran la pérdida señal de la existencia de ese coste.

Cuando Londres determinó una zona de aplicación del impuesto sobre la congestión viaria, a principios del año 2003 (gravando con un importe de 5 libras diarias —aproximadamente 9 dólares— por

conducir en el centro de la ciudad), la gente respondió mucho más rápido de lo que habían esperado muchos detractores. Después de un año, el porcentaje de viajes en coche cayó cerca de un tercio. Los medios de transporte que estaban eximidos de pagar la tasa se hicieron más populares: la circulación de los autobuses aumentó en un 15 por ciento; la de las motocicletas, en un 20 por ciento; y la de las bicicletas, en un 30 por ciento. Los conductores que dejaron de entrar con sus automóviles en la zona objeto de gravamen han optado por una gran variedad de respuestas: una cuarta parte de ellos conduce por la zona aledaña; un 55 por ciento ha optado por el transporte público; y un 20 por ciento utiliza como alternativas desplazarse en bicicleta, viajar en coche entre varios o trabajar desde su casa algunos días. Mientras que el número de viajes en automóviles descendió, el total de demoras provocadas por los embotellamientos cayó mucho más, lo que indica que este impuesto permitió que las calles se utilizaran de un modo mucho más eficiente. Y como las personas cada vez tienen más tiempo para adaptarse a dicho impuesto, el coste de ocuparse eficientemente de esta externalidad descenderá aun más.

Combatir la contaminación con poco dinero

Cuando, en la década de los noventa, la Agencia de Protección Medioambiental (Environmental Protection Agency —EPA—) de los Estados Unidos decidió atacar el problema de la «lluvia ácida», descubrió que una tributación sobre la externalidad podía ser una medida rentable para luchar contra la contaminación. La EPA quería reducir la contaminación por azufre procedente de las centrales eléctricas. Parecía probable que hasta una pequeña reducción de la contaminación resultaría eficiente, pero hacerlo acarrearía costes y generaba beneficios por igual. Por lo tanto, los miembros de la agencia reguladora no estaban seguros del nivel de reducción que debían exigir.

El problema es que quienes son responsables de la contaminación mienten a dichos miembros sobre el costo real de esa disminución. Después de todo, incluso cuando respiramos emitimos un agente contaminante, el dióxido de carbono; y, pese a ello, los organismos que

se ocupan de tal regulación difícilmente pueden exigir que dejemos de respirar para evitarlo. Entonces, ¿qué clase de contaminación debería reducirse?; y cómo hacerlo? ¿Deberíamos utilizar distintos métodos para generar energía? ¿O deberíamos reducir el consumo de energía? ¿O alguna otra cosa? Si le preguntas a quienes contaminan, te responderán que reducir el nivel de polución que producen es como dejar de respirar: sería demasiado costoso dejar de hacerlo y, por lo tanto, deberían ser otros los que hicieran los cambios necesarios.

Sin embargo, no es muy difícil descubrir la verdad. Los organismos reguladores pueden determinar cuánto cuesta reducir los niveles de contaminación diciéndoles a quienes contaminan que deben cambiar sus métodos o, si no, pagar un impuesto. Observad qué decisión adoptan y juzgadlos, entonces, por sus acciones.

Eso fue lo que intentó la EPA en el caso de las emisiones de azufre. Mediante una subasta, adjudicaron el derecho a emitir dióxido de azufre, el causante de la lluvia ácida. Los responsables de la contaminación obtuvieron una licencia para emitir una cantidad de azufre hasta alcanzar un determinado cupo y tenían la opción de comprar más licencias en la subasta o de reducir sus emisiones por medio del cierre de la planta, la instalación de equipos de eliminación del azufre o la compra de un carbón menos contaminante. Cuando la EPA trató de decirles que colocaran esos equipos para eliminar el azufre, las compañías energéticas adujeron que les resultaría muy caro hacerlo y presionaron con dureza para frenar la aplicación de esa norma. Incluso la propia EPA estimaba que el coste de la reducción de una tonelada de dióxido de azufre tendría un coste de entre 250 y 700 dólares y podría llegar a los 1.500 dólares; sin embargo, cuando la EPA realizó la subasta en 1993 fueron muy pocas las empresas contaminantes que realizaron grandes ofertas. Las empresas habían exagerado sus costes. Hacia 1996, los precios de los permisos habían bajado a 70 dólares por tonelada; y, aun a ese precio, muchas empresas contaminantes preferían comprar carbón más limpio o instalar los equipos de eliminación del azufre, en lugar de adquirir licencias para seguir contaminando.

Los miembros de la agencia reguladora descubrieron que librarse del dióxido de azufre era tan barato que muy pocos estaban dispuestos a pagar por el derecho a seguir produciéndolo. Al final, los únicos inte-

resados en pagar elevadas sumas por un permiso eran los grupos ecologistas de estudiantes que trataban de conseguir sus cinco minutos de fama. Lo que hizo que la subasta fuera una medida inteligente no fue la reducción de emisiones de azufre que se logró —algo que podría haber sido exigido por ley—, sino que los legisladores de todo el mundo descubrieron cuánto costaba realmente instalar los equipos de eliminación del azufre. Este episodio sentó una base para las legislaciones futuras: no hay que legislar a ciegas, sino con un conocimiento completo del (modesto) coste que se exige; y, además, constituyó un ejemplo para todo el mundo: así, Taiyuan, en el noroeste de China, se encuentra en vías de implementar un plan similar.

Ahora, los economistas están dedicados a diseñar una subasta del mismo tipo para las emisiones de dióxido de carbono, con la esperanza de reducir los efectos del cambio climático. Existe una fuerte controversia respecto al coste que implicará la reducción de esas emisiones, pero una subasta de permisos para la extracción de petróleo, carbón y gas pronto nos lo revelará. La subasta podría comenzar de una forma moderada: en 2007, se podrían subastar permisos para extraer el mismo número de toneladas de dióxido de carbono extraídas durante 2006. Esto exigiría que la economía creciera sin aumentar esas emisiones. Si lo que dicen muchos ecologistas es cierto, la subasta ni siquiera llegaría a vender todos los permisos, pues aplicar las medidas básicas de eficiencia energética no cuesta nada. Lo averiguaríamos pronto.

Luego, en pocos años, subastaríamos cada vez menos permisos. El nivel de estas emisiones descendería probablemente mucho más rápido que el número de permisos (ya que quienes especularan con el dióxido de carbono comprarían los permisos y los acapararían). No obstante, esto no ocasionaría ningún tipo de problemas: al final, se produciría el mismo nivel de emisiones, pero con cierto retraso. Si los permisos terminarían siendo caros, entonces contaríamos con la información necesaria como para llevar adelante un debate sobre una base de datos firme. Podríamos preguntar si el coste del cambio climático resultaba peor que el coste de la reducción de las emisiones. No obstante, muchos economistas creen que, al igual que ocurrió con los permisos de azufre en California, los permisos de dióxido de carbono pronto revelarían que la reducción de esas emisiones es más barata de

lo que esperábamos y, entonces, nos preguntaremos por qué hemos tardado tanto en empezar a hacerlo.

¿Tiene el medio ambiente tanta importancia como para convertirse en una cuestión moral?

—¿Cómo te desplazaste hasta aquí hoy?

—¿Perdona?

Estoy confundido. Aquí me encuentro, acudiendo a un debate, organizado por una fundación ecologista y uno de los miembros de su personal, un joven de aspecto muy serio, está acribillándome a preguntas antes de que logre cruzar la entrada del auditorio.

—¿Cómo te desplazaste hasta aquí hoy? Necesitamos saberlo para incluirlo en nuestro programa de compensación de dióxido de carbono.

—¿Qué es un programa de compensación de dióxido de carbono? —Queremos que todas nuestras reuniones sean «carbono-neutrales». Por eso, le pedimos a todos los que asisten a esta reunión que nos digan desde dónde vienen y cuál fue el medio de transporte que utilizaron, y luego calculamos cuánto dióxido de carbono liberaron y, para compensar esas emisiones, plantamos árboles.

El Economista Camuflado está a punto de desmascararse.

—Ya entiendo. En ese caso, vine hasta aquí desde Australia, en un barco a vapor alimentado por antracita.

—Disculpa..., ¿cómo se escribe «antracita»?

—Es un tipo de carbón; muy sucio y con muchísimo azufre. ¡Ay! La esposa del Economista Camuflado le da a su marido un fuerte codazo en las costillas.

—No le hagas caso. Los dos vinimos hasta aquí en bicicleta.

—¡Ah...!

Además de demostrar por medio de esta historia real un buen ejemplo de cuán irritante puede ser un Economista Camuflado, espero que también provoqué algunas preguntas. ¿Por qué una fundación ecologista organizaría una reunión «carbono-neutral»? La respuesta obvia es «para poder realizar un debate sin contribuir al cambio climático». Y, aunque eso es verdad, puede resultar engañoso.

El Economista Camuflado que hay en mí observaba las cosas desde el punto de vista de la eficiencia. Si plantar árboles constituye una buena manera de atacar el problema del cambio climático, ¿por qué no dejar de lado las reuniones y plantar tantos árboles como sea posible? (Para ello, todos deberían decir que llegaron en un barco a vapor.) Si lo importante es fomentar un debate que conciente a las personas, ¿por qué no olvidarse de los árboles y organizar más debates?

En otras palabras, ¿por qué ser «carbono-neutrales» cuando podemos ser «carbono-optimizadores»?; máxime cuando el encuentro no era «neutral» —esto es, no pretendía neutralizar sus efectos—, en relación con el benceno, el plomo, las partículas en suspensión, el azufre, los embotellamientos, el ruido o los accidentes. En lugar de decidir si mejorar el medio ambiente de forma directa (a través de la plantación de árboles) o de forma indirecta (mediante la promoción del debate), la fundación estaba gastando muchísima energía justamente tratando de permanecer «neutral» (y no precisamente neutral con respecto a todas las externalidades, ni siquiera respecto de una modesta variedad de toxinas del medio ambiente, sino que estaba manteniendo su «neutralidad» respecto a un único contaminante, de muy alto perfil: el dióxido de carbono. Y lo hacía de una forma totalmente pública).

Un análisis bondadoso interpretaría que la fundación estaba dando «un buen ejemplo» (si es que actuar de una forma tan insensata puede ser, de algún modo, ejemplar). Un análisis menos indulgente diría que la fundación había adoptado una postura moral indulgente.

Esta línea de razonamiento podría hacer que los economistas sean vistos como demasiado pagados de sí mismos, pero representa una importante demostración de un punto de vista mucho más amplio. La «exhibición» ética de una fundación ecologista puede relacionarse directamente con el hecho de que las políticas públicas no ponen de manifiesto el coste que tienen, para el medio ambiente, nuestras acciones. Si lo hicieran, los ecologistas podrían exponer sus argumentos desde un punto de vista económico; una gran parte del aspecto moral se escurriría del debate sobre el medio ambiente, pero se trabajaría en relación con el medio ambiente de una forma mucho más efectiva.

En un mundo donde la ecología es simplemente una cuestión moral, ni siquiera los mismos ecologistas pueden determinar el impacto que tienen en el medio ambiente nuestras decisiones de todos los días. ¿Qué son peores: los pañales desechables (que atestan los vertederos) o los pañales lavables (cuyo proceso de lavado utiliza electricidad y libera detergentes contaminantes)? Incluso con la mejor intención del mundo, es difícil saber cómo realizar la elección correcta.

Más importante aún es el hecho de que el problema de los pañales, al igual que cualquier otra cuestión en relación con el medio ambiente, ya sea de escasa o de gran importancia, sin duda no será resuelto por una insignificante minoría argumentando, sin llegar a una conclusión, sobre cuáles son las acciones individuales moralmente adecuadas. Mientras que, por un lado, la minoría ecologista carece de las señales adecuadas acerca del medio ambiente para actuar de una forma apropiada, por otro, la mayoría de la gente no se molestaría en seguir ese tipo de conductas, incluso aunque comprendieran los problemas medioambientales. Información e incentivos son, ambos, necesarios; y, como descubrimos en el capítulo tres, los mercados pueden suministrar estos dos elementos.

Los economistas llevan mucho tiempo a la vanguardia del análisis de los problemas del medio ambiente y la señalada doble dificultad que existe de proveer información e incentivos constituye la razón por la cual abogan por la fijación de un precio a la externalidad. Los economistas también se preocupan por el medio ambiente, pero sueñan con un mundo en el que éste ya no sea un tema que invite a adoptar posturas morales, sino que se encuentre integrado adecuadamente dentro de la esfera de los mercados y del mundo de la verdad, que suministrarían tanto la información como los incentivos necesarios para persuadir a la gente normal y corriente de que se comporte de un modo responsable respecto al medio ambiente. En un mundo así, todos tendríamos claras señales sobre el coste de nuestras acciones dentro de un precio de mercado. Bien podría establecerse un impuesto sobre el plástico, pues no se trata de un material biodegradable y por eso inundaría los vertederos. Esta medida desincentivaría el uso de envases de plástico, de bolsas de plástico de usar y tirar, y de forros plásticos de pañales. La gente sólo utilizaría los plásticos más caros si la comodidad que les proporcionase compensara el dinero extra necesario para

su adquisición (como probablemente ocurriría en el caso de los pañales, pero bien podría no ser así en el caso de los envases). La producción de electricidad que contribuyese al cambio climático también sería gravada, lo cual incrementaría el precio de la electricidad, a menos que pudiéramos desarrollar combustibles más limpios. Quienes lavan los pañales, y todos los demás, tendrían un incentivo para comprar lavadoras más eficientes y así reducir el consumo de energía en general.

En lugar de inquietarnos por el impacto medioambiental de nuestras decisiones, seríamos plenamente conscientes de que si estamos dispuestos a pagar el impuesto sobre la externalidad de un producto como el pañal, estaríamos compensando al resto por el daño que nuestras acciones ocasionan y, al mismo tiempo, estaríamos seguros de que el daño producido es menor que nuestro beneficio. Hasta podríamos llegar a descubrir que existen maneras más sencillas de mejorar nuestro medio ambiente que desperdiciar nuestro tiempo con los pañales (que ya tienen bastante con su propio desperdicio).

Siendo positivos

Hemos destinado muchas páginas a lo que los economistas denominan «externalidades negativas» (desagradables efectos colaterales que resultan de las acciones de individuos y por las cuales sus responsables no reciben ningún castigo).

Una vez que comienzas a pensar en el concepto de «externalidades negativas», rápidamente te das cuenta de que deben de existir también «externalidades positivas». Estas externalidades son los efectos colaterales agradables de las cosas que las personas hacen y por las cuales no reciben ninguna recompensa. Si Abraham pinta la fachada de su casa y arregla su jardín, la calle entera tendrá mejor aspecto, de resultados de ello, pero nadie se ofrecerá a pagarle la pintura o las tijeras de podar. Si Belinda abre una atractiva cafetería con mesas en la acera, resultará más grato pasear por esa calle, pero sus clientes estarán dispuestos a pagar únicamente por su propio placer y no por el de los transeúntes. Y si Craig decide vacunar a sus hijos contra el sarampión, las paperas y la rubeola, esto significa que otros niños tendrán menos probabili-

pared, pero si realmente me molesta, puedo pagarle para que me permita talarlo. Si mi vecino rechaza la oferta, entonces debo llegar a la conclusión de que obtiene del árbol un placer superior a la molestia que éste me causa y, en justicia, debería seguir ahí. O, tal vez, yo tengo el derecho legal a obligar a mi vecino a talarlo. Pero, en ese caso, puede ser él quien me pague para que no ejerza ese derecho y, entonces, puedo gastar parte de ese dinero en el arreglo de la pared. Si soy yo quien tiene el derecho a decidir qué hacer, entonces terminaré con más dinero que antes; y si es él quien tiene el derecho a decidir, será el quien acabe más «rico» que antes. (En cualquiera de estas dos hipótesis, el árbol permanecerá en pie si para él eso vale más; y será talado si para mí es más irritante.)

Las externalidades, simplemente, no son externalidades si las personas pueden reunirse y llegar a un acuerdo fácilmente. Recuerda que se las llama «externalidades» porque se encuentran fuera de la esfera de las transacciones del mercado. No obstante, algunas de las cosas que creemos que están fuera del mercado pueden ser incluidas en él sin ningún tipo de problemas.

Puesto que es posible que el sector privado, de hecho, se ocupe muy bien de este tipo de seudoexternalidades, si a su vez el Estado interfiere con un impuesto sobre la externalidad, puede darse el caso de que estemos «solucionando» dos veces dicha externalidad. Ello sería tan poco deseable como no solucionarlo en absoluto: en lugar de tener un elevado nivel de contaminación ocasionado por la generación de electricidad, exageramos el coste ambiental y lo compensamos en exceso apagando nuestros congeladores, la iluminación de la vía pública y yendo todas las noches a pie a los restaurantes en medio de la oscuridad.

¿Cómo sería esta especie de «sobredosis» del remedio para las externalidades? Cuando mencioné el ejemplo de Abraham pintando la fachada de su casa, dije, con cierta ligereza, que los vecinos no le compensarían por el gasto en pintura, pero, de hecho, se conocen casos en que esto sí sucede. Resulta particularmente frecuente que los propietarios compren la pintura para que los inquilinos se ocupen de una externalidad positiva: si estos arrendatarios vuelven a pintar el inmueble, consiguen que el apartamiento sea más agradable, pero para el arrendador, a su vez, será más sencillo volver a alquilarlo en el futuro.

dades de contagiarse de alguna de esas enfermedades, pero a lo más que puede llegar el Gobierno es a fomentar que Craig haga esto.

Todas las «externalidades positivas» parecen muy agradables... hasta que caes en la cuenta de que Abraham quizá decida «pasar» de pintar su casa; Belinda, temiendo ir a la quiebra, podría no abrir su cafetería; y, tal vez, Craig considere que le preocupan demasiado los posibles efectos secundarios de las vacunas como para llevar a su hijo al médico. El resto nos habríamos beneficiado si hubieran seguido adelante con sus planes originales, pero cada uno de ellos decidió que, a fin de cuentas, no valía la pena. Al igual que las externalidades negativas tenderán a conducirnos hacia un excesivo nivel de contaminación o de congestión viaria, las externalidades positivas nos dejarán insuficientemente vacunados, con unos vecinos flojos y negligentes y con una falta de cafeterías agradables. Y mientras que las externalidades negativas acaparan toda la atención, las externalidades positivas quizá sean, incluso, más importantes: muchas de las cosas que hacen que valga la pena vivir están sujetas, de hecho, a las externalidades positivas y no están garantizadas: ausencia de enfermedades, honestidad en la vida pública, vecinos dinámicos e innovación tecnológica.

Una vez que nos damos cuenta de la importancia de las externalidades positivas, la solución obvia es el reflejo de las medidas que consideramos para resolver las externalidades negativas: en lugar de un impuesto sobre la externalidad, un subsidio a la externalidad. Las vacunas, por ejemplo, a menudo son subvencionadas por los Gobiernos o por distintos organismos de ayuda; lo mismo sucede con la investigación científica, que, por lo general, recibe una gran dosis de financiación estatal. No obstante, debemos ser realistas en cuanto hasta dónde debería llegar esto, porque aun que los impuestos y subsidios a las externalidades parecen ser una gran solución para los efectos colaterales, quizá surja una dificultad inesperada.

¿Puede resultar excesivo algo bueno? Cómo se resuelven las externalidades sin la intervención del Gobierno

¿Cuándo una externalidad no es realmente una externalidad? He aquí un ejemplo. Quizá me queje de que el árbol de mi vecino daña mi

ro. Si consideramos el beneficio que genera para ambos, propietario e inquilino, entonces vale la pena pintar el apartamento, pero sin la aportación económica del arrendador, los inquilinos quizá decidan que no merece la pena. Proporcionando la pintura, el propietario comparte el coste, al igual que también disfruta del beneficio. Bien podría suceder en este caso que lo que parecía ser una externalidad ha sido «internalizado» mediante el acuerdo de dividir los gastos.

Pero ¿qué sucedería si el Gobierno hubiera pensado en conceder subvenciones a las externalidades positivas? Imagínate que los expertos asesores creyeran equivocadamente que —en cualquier lugar en que se encuentre un apartamento que haya sido alquilado— los propietarios y los inquilinos de todos ellos no los restaurarán con demasiada frecuencia y permitirán así que el lugar se deteriore. Ni propietarios ni arrendadores consideran, por separado, que merezca la pena hacer reformas más a menudo, pero si unos y otros tuvieran en cuenta los intereses de la otra parte, se pondrían de acuerdo para hacer el trabajo. Al detectar esta externalidad positiva, el Gobierno comienza a distribuir, entre los inquilinos que restauran los apartamentos en los que viven, subsidios a la externalidad por un importe de 500 dólares. (Si te parece que algo así es imposible, recuerda que es cierto que los Gobiernos conceden subvenciones a quienes mejoran la eficiencia energética de sus hogares, lo cual genera una externalidad positiva.)

Supón que, para el inquilino, el esfuerzo de restaurar el apartamento y tener una vivienda en mejores condiciones tiene un valor de 300 dólares; y para el propietario, cuya renta futura será más elevada, de 500 dólares; pero, en realidad, el coste de la reforma es de 1.000 dólares. El Gobierno ha identificado la externalidad perfectamente: 500 dólares de beneficio (en concepto de rentas futuras más altas) para el propietario, que los inquilinos no tienen en cuenta en su valoración de la mejora; pero fíjate en que, como 300 dólares más 500 dólares suman menos de 1.000 dólares, el subsidio no es suficiente como para persuadir a los inquilinos para que restauren el apartamento: ni debería serlo, pues restaurarlo conlleva, es claro, un nivel de complicación mayor al del valor que le atribuyen el propietario y el inquilino.

Desgraciadamente, el inquilino no tiene ninguna razón para no guardarse en el bolsillo el subsidio de 500 dólares y pedirle al pro-

prietario que contribuya con, pongamos, otros 350 dólares. Para el inquilino todo resulta bien: disfruta de una renovación de 1.000 dólares por sólo 150 dólares (ya que el arrendador o el Gobierno pagan el 85 por ciento de esa renovación), cuando para él sólo valía 300 dólares. El propietario está dispuesto a seguirle el juego, pues paga 350 dólares por una renovación que para él vale 500 dólares. Sin embargo, la reforma nunca debería haberse realizado: después de todo, el Gobierno ha gastado 500 dólares, pero sólo ha conseguido que tanto el inquilino como el propietario hayan obtenido una mejoría de su situación de 150 dólares cada uno (no es una manera muy efectiva de gastar el dinero).

¿Por qué surge este problema? Porque se ha atendido a la externalidad positiva dos veces: primero, mediante la subvención estatal; y una segunda vez mediante un proceso de negociación. Cualquiera de estas dos soluciones por separado representa un modo eficiente en que la sociedad puede ocuparse de una externalidad y llegar a la conclusión correcta (que, en este caso, es que la externalidad positiva no es lo suficientemente grande como para justificar el trabajo que comporta la restauración de la vivienda). Al aplicarse las dos soluciones en forma conjunta, la externalidad positiva resulta subsidiada en exceso. Lo mismo podría suceder con las externalidades negativas. Si el Gobierno grava la cortadora de césped que utiliza mi vecino, que funciona a gasolina y es altamente contaminante, y además yo mismo me ofrezco a pagarle una suma de dinero para que se desprenda de ella —porque no me gustan ni el ruido ni el olor que produce—, la combinación del impuesto y mi oferta pueden persuadirlo para que se deshaga de ese «monstruo», aun cuando el entretenimiento y la comodidad que obtiene de él superen al daño que pueda ocasionar a otros, y, en realidad, debería quedársela.

No obstante, hay muchas externalidades que sí son reales. En el exterior de las acogedoras (aunque agrietadas) paredes de nuestros jardines o de nuestros apartamentos sin pintar, todavía están las atestadas y congestionadas calles. La congestión del tráfico no se resuelve con facilidad sentándonos a negociar mientras tomamos un café. Hay demasiadas personas implicadas, sería imposible hacer cumplir el acuerdo y siempre habría alguien que tendría la tentación de evitar

ro. Si consideramos el beneficio que genera para ambos, propietario e inquilino, entonces vale la pena pintar el apartamento, pero sin la aportación económica del arrendador, los inquilinos quizá decidan que no merece la pena. Proporcionando la pintura, el propietario comparte el coste, al igual que también disfruta del beneficio. Bien podría suceder en este caso que lo que parecía ser una externalidad ha sido «internalizado» mediante el acuerdo de dividir los gastos.

Pero ¿qué sucedería si el Gobierno hubiera pensado en conceder subvenciones a las externalidades positivas? Imagínate que los expertos asesores creyeran equivocadamente que —en cualquier lugar en que se encuentre un apartamento que haya sido alquilado— los propietarios y los inquilinos de todos ellos no los restaurarán con demasiada frecuencia y permitirán así que el lugar se deteriore. Ni propietarios ni arrendadores consideran, por separado, que merezca la pena hacer reformas más a menudo, pero si unos y otros tuvieran en cuenta los intereses de la otra parte, se pondrían de acuerdo para hacer el trabajo. Al detectar esta externalidad positiva, el Gobierno comienza a distribuir, entre los inquilinos que restauran los apartamentos en los que viven, subsidios a la externalidad por un importe de 500 dólares. (Si te parece que algo así es imposible, recuerda que es cierto que los Gobiernos conceden subvenciones a quienes mejoran la eficiencia energética de sus hogares, lo cual genera una externalidad positiva.)

Supón que, para el inquilino, el esfuerzo de restaurar el apartamento y tener una vivienda en mejores condiciones tiene un valor de 300 dólares; y para el propietario, cuya renta futura será más elevada, de 500 dólares; pero, en realidad, el coste de la reforma es de 1.000 dólares. El Gobierno ha identificado la externalidad perfectamente: 500 dólares de beneficio (en concepto de rentas futuras más altas) para el propietario, que los inquilinos no tienen en cuenta en su valoración de la mejora; pero fíjate en que, como 300 dólares más 500 dólares suman menos de 1.000 dólares, el subsidio no es suficiente como para persuadir a los inquilinos para que restauren el apartamento: ni debería serlo, pues restaurarlo conlleva, es claro, un nivel de complicación mayor al del valor que le atribuyen el propietario y el inquilino.

Desgraciadamente, el inquilino no tiene ninguna razón para no guardarse en el bolsillo el subsidio de 500 dólares y pedirte al pro-

prietario que contribuya con, pongamos, otros 350 dólares. Para el inquilino todo resulta bien: disfruta de una renovación de 1.000 dólares por sólo 150 dólares (ya que el arrendador o el Gobierno pagan el 85 por ciento de esa renovación), cuando para él sólo valía 300 dólares. El propietario está dispuesto a seguirle el juego, pues paga 350 dólares por una renovación que para él vale 500 dólares. Sin embargo, la reforma nunca debería haberse realizado: después de todo, el Gobierno ha gastado 500 dólares, pero sólo ha conseguido que tanto el inquilino como el propietario hayan obtenido una mejoría de su situación de 150 dólares cada uno (no es una manera muy efectiva de gastar el dinero).

¿Por qué surge este problema? Porque se ha atendido a la externalidad positiva dos veces: primero, mediante la subvención estatal; y una segunda vez mediante un proceso de negociación. Cualquiera de estas dos soluciones por separado representa un modo eficiente en que la sociedad puede ocuparse de una externalidad y llegar a la conclusión correcta (que, en este caso, es que la externalidad positiva no es lo suficientemente grande como para justificar el trabajo que comporta la restauración de la vivienda). Al aplicarse las dos soluciones en forma conjunta, la externalidad positiva resulta subsidiada en exceso. Lo mismo podría suceder con las externalidades negativas. Si el Gobierno grava la cortadora de césped que utiliza mi vecino, que funciona a gasolina y es altamente contaminante, y además yo mismo me ofrezco a pagarle una suma de dinero para que se desprenda de ella —porque no me gustan ni el ruido ni el olor que produce—, la combinación del impuesto y mi oferta pueden persuadirlo para que se deshaga de ese «monstruo», aun cuando el entretenimiento y la comodidad que obtiene de él superen al daño que pueda ocasionar a otros, y, en realidad, debería quedársela.

No obstante, hay muchas externalidades que sí son reales. En el exterior de las acogedoras (aunque agrietadas) paredes de nuestros jardines o de nuestros apartamentos sin pintar, todavía están las atestadas y congestionadas calles. La congestión del tráfico no se resuelve con facilidad sentándonos a negociar mientras tomamos un café. Hay demasiadas personas implicadas, sería imposible hacer cumplir el acuerdo y siempre habría alguien que tendría la tentación de evitar

las costosas negociaciones con la esperanza de poder disfrutar de los beneficios de forma totalmente gratuita.

La imposición sobre la externalidad exigida por el Estado tiene muchas más probabilidades de ser adecuada para aquellos casos en que no son efectivas las negociaciones sobre la externalidad, como es el caso del ruido generado por los aviones que vuelan a baja altura. Cuantas más probabilidades existan de que las personas puedan sentarse en torno a una mesa y llegar a una solución, es más probable que la intervención estatal eche todo a perder: primero, porque los Gobiernos pueden ser influenciados por los grupos de presión y, debido a ello, no siempre actúan de acuerdo con el interés público; segundo, por el problema de la «sobredosis», antes reseñado; y, por último, porque las personas conocen la verdad sobre sus costes y beneficios mucho mejor de lo que podría conocerla cualquier Gobierno. La valoración económica de la externalidad funcionará muy bien en problemas tales como los de la congestión del tráfico o del cambio climático, en los que la negociación individual es prácticamente imposible; pero, para situaciones de menor magnitud, debemos preguntarnos si el remedio que impone el Estado no es peor que la enfermedad.

Epílogo: ¿de qué trata realmente la economía?

En este capítulo se han propuesto distintos maneras de ocuparnos de algunos de los principales males de nuestra sociedad: la contaminación, los embotellamientos y los conflictos con los vecinos. Hemos aprendido que una carga impositiva sobre la externalidad, que recaiga sobre los residuos o los viajes en automóvil en áreas congestionadas, o un subsidio a la investigación o a la vacunación constituyen la forma más eficiente de resolver muchos de los problemas que el mercado deja de lado. El impuesto sobre la externalidad brinda a las personas tanto la información para adoptar las decisiones correctas como los incentivos para llevarlas a cabo. Tales impuestos no responden automáticamente a la cuestión de cuán estricta debería ser la regulación, o qué debería ser regulado, pero, una vez que nuestros correspondientes procesos

políticos han establecido un criterio sobre el objetivo que desean cumplir, aquéllos representan la forma más rentable de conseguirlo.

No obstante, a menudo escucharás a los supuestos expertos quejándose de que los impuestos sobre los vehículos o la contaminación serían algo perjudicial para la economía. Eso suena preocupante, pero ¿qué es «la economía»? Si pasas suficiente tiempo mirando el canal Bloomberg o leyendo el periódico *Wall Street Journal*, puedes tener la errónea impresión de que «la economía» es un montón de cálculos estadísticos, bastante aburridos, con nombres como PIB (producto interior bruto). El PIB mide el coste total de todo lo que se produce dentro de una economía determinada en un año (por ejemplo, la producción de un capuchino más agregaría 2,55 dólares al PIB, o un poco menos al alguno de sus ingredientes fuera importado).

Y si crees que eso es «la economía», entonces puede ser que los expertos estén en lo cierto. El impuesto sobre la contaminación bien puede lograr que un número como el PIB sea más pequeño, pero ¿a quién le importa? Sin duda alguna, no a los economistas. Sabemos que el PBI mide muchísimas cosas que son dañinas (la venta de armas, las construcciones de baja calidad con el subsiguiente elevado coste en reparaciones, el gasto habido en el traslado hasta y desde el trabajo) y no tiene en cuenta muchísimos elementos importantes, como el cuidado de tus niños o un paseo por las montañas.

La mayor parte de la economía tiene poco que ver con el PIB: la economía se ocupa de quién recibe qué y por qué. El aire limpio y el tráfico fluido son parte de la «economía» en este sentido. Es posible que la tributación sobre la congestión viaria incremente el PIB, pues las personas llegarían a su trabajo con mayor rapidez y producirían más, y los precios en las tiendas serían más bajos como consecuencia de una distribución más eficiente. Y también es perfectamente posible que dicho impuesto reduzca el PIB; pero esto, en realidad, no importa en absoluto. Sabemos con certeza que nos beneficiaría de un modo mucho más significativo: tendríamos muchas alternativas nuevas acerca de adónde vamos y qué hacemos. La vida tiene mucho más de lo que la contabilidad puede llegar a medir. Incluso los economistas lo saben.

El humorístico relato de viajes, del siglo XIX, *Tres hombres en un bote*, cuyo autor es Jerome K. Jerome, comienza con el propio señor Jerome me ojeando un diccionario médico en el Museo Británico:

Llegué a la fiebre tifoidea, leí los síntomas y descubrí que yo tenía fiebre tifoidea: debo llevar meses enteros padeciéndola sin saberlo; me pregunté qué más tenía; apareció ante mí el «baile de San Vito» y descubrí, tal como esperaba, que también tenía esa enfermedad. Comencé a interesarme en mi propio caso y decidí examinar el diccionario con detenimiento y de principio a fin. Comencé en orden alfabético. Leí sobre la fiebre palúdica y descubrí que estaba incubándola y que la etapa aguda comenzaría en quince días aproximadamente. En cuanto a la enfermedad de Bright, me alivió descubrir que sólo sufría únicamente una variante modificada de la misma y que, por lo que a ella concernía, podría vivir años. Cólera también tenía, con unas serias complicaciones; y difteria (y parecía que había nacido con ella). Recorrí lenta y concienzudamente las veintiséis letras del abecedario y la única enfermedad de la que pude concluir que no la padecía fue la bursitis.

Si fueras el señor Jerome, ¿qué harías? Él decidió emprender un viaje río arriba, pero no era un economista. Mi consejo en una situación semejante sería que descolgaras el teléfono y contrataras un seguro médico verdaderamente generoso. Después de todo, ya que sabes con seguridad que le pedirás que te cubra los elevados gastos en los

que incurrirás, ¿por qué no pagar la prima del seguro médico y obtener el mejor de los cuidados?

Sin embargo, surge una pregunta. Si las personas como el señor Jerome pudieran apresurarse a contratar un seguro de enfermedad si, y sólo si, supieran que están enfermas, ¿quién querría asegurarlos?

Información privilegiada

No es ésta una pregunta ociosa. Los economistas saben desde hace tiempo que si una de las partes de un acuerdo cuenta con información privilegiada y la otra no, entonces los mercados pueden no funcionar tan correctamente como deseáramos. Esto nos lo dice la intuición, pero no fue hasta que un economista estadounidense llamado George Akerlof publicó, en 1970, un revolucionario artículo cuando la profesión de las ciencias económicas en su conjunto se dio cuenta de cuán profundo y trágico podía ser este problema.

Akerlof escogió como ejemplo el mercado de los coches de segunda mano y demostró que, incluso si el mercado es altamente competitivo, simplemente no puede funcionar si los vendedores saben mucho sobre la calidad de los coches que venden y los compradores no. Por poner un ejemplo sencillo, supongamos que la mitad de los coches usados que están a la venta son «melocotones» y la otra mitad son «limones». Los melocotones tienen un mayor valor para los compradores potenciales que para los vendedores —si no fuera así, los compradores no serían compradores—: digamos que valen 5.000 dólares para los potenciales compradores y 4.000 dólares para los vendedores. Los limones son cacharros sin ningún valor. Los vendedores saben si el coche que tienen a la venta es un limón o un melocotón. Los compradores tienen que adivinar.

Un comprador a quien no le importe arriesgarse un poco podría pensar que cualquier importe entre 2.000 y 2.500 dólares sería un precio razonable por un coche que tiene un cincuenta por ciento de probabilidades de ser un melocotón y el otro cincuenta de ser un limón. El vendedor también consideraría que se trata de un trato justo para unas probabilidades de 50/50; pero el vendedor, en realidad,

no se enfrenta a esas probabilidades de 50/50: él sabe con certeza si se trata de un melocotón o de un limón. El problema es que si le ofrecieras 2.500 dólares a un vendedor que tuviera un limón, éste te entregaría la mano; pero un vendedor que tuviera un melocotón encontraría algo insultante tu oferta. Si comienzas a darle vueltas a la idea de ofrecer 2.500 dólares por un coche, rápidamente descubrirás que sólo los limones están a la venta a ese precio. Por supuesto, si ofrecieras 4.001 dólares, verías también los melocotones existentes en el mercado (pero los limones no desaparecerían), y 4.001 dólares no es un precio atractivo por un coche que sólo tiene una probabilidad del cincuenta por ciento de funcionar correctamente.

No se trata sólo de un problema sin importancia sobre aspectos secundarios del mercado. En este escenario, ¡no hay mercado! Ningún vendedor está dispuesto a vender un melocotón por menos de 4.000 dólares, pero ningún comprador está dispuesto a ofrecer esa cantidad por un coche que tiene una probabilidad del cincuenta por ciento de ser un limón. Los vendedores no ponen en venta melocotones, los compradores lo saben y, al final, los únicos coches que se comercializan son los poco valiosos limones, que son transferidos por casi nada. Supuestos menos extremos acerca de este problema que el planteado nos llevarán a fracasos menos extremos del mercado, pero las conclusiones serán similares: si algunas personas saben más que otras sobre la calidad de un producto, entonces algunos productos de alta calidad podrían no ser comercializados en absoluto o comercializarse muy poco.

Cualquiera que haya intentado alguna vez comprar un coche de segunda mano sabrá apreciar que Akerlof tenía razón. El mercado no funciona, ni remotamente, como debería hacerlo, los coches usados tienden a ser baratos y de mala calidad. Los vendedores que cuentan con buenos coches quieren ofrecerlos por un buen precio, pero como no pueden verdaderamente *probar* que un buen coche realmente es un melocotón, no pueden conseguir ese precio y prefieren reservarse-lo para uso propio. Podrías creer que los vendedores se beneficiarían de su información privilegiada, pero, en realidad, no hay ganadores: los compradores inteligentes no se ponen en evidencia jugando a un juego amañado.

Seamos claros respecto a cuán grave e inquietante es este problema. Lo que Akerlof describió no es un mercado en el cual algunas personas son estafadas; es algo mucho más serio que eso: describió un mercado que debería existir y que, sencillamente, no existe por la fuerza corrosiva de la información privilegiada. Los vendedores que tienen buenos coches deberían vendérselos a los compradores (cada venta produciría 1.000 dólares de valor, ya que ésa es la diferencia entre el valor para el vendedor y el valor para el comprador). Si el precio se acerca a los 4.000 dólares, el comprador obtiene una mayor parte de ese valor; y, si en cambio, se acerca a los 5.000 dólares, es el vendedor el que obtiene más de dicho valor. Sin embargo, Akerlof demostró que ninguna de estas transacciones creadoras de valor se llevaba a cabo, puesto que los compradores no comprarán nunca sin probar lo que están comprando y los vendedores no pueden ofrecer tal prueba.

El mercado de coches usados no es el único afectado por la información privilegiada. Piensa en los muebles de los apartamentos en alquiler. ¿Por qué nunca se fabrican para que duren? El modelo de Akerlof nos brinda una respuesta. Los apartamentos tienen muchas cualidades perceptibles, incluso obvias, que pueden influir en nuestra decisión de alquilarlos o no (el tamaño, la ubicación, el diseño interior, etc.); pero también existen ciertas peculiaridades difíciles de observar (por ejemplo, si el mobiliario es duradero). El propietario tiene escasos alicientes para ofrecer un mobiliario caro y resistente, ya que no es ésta una de las características que los potenciales inquilinos pueden reconocer antes de mudarse al apartamento y, por lo tanto, no es algo por lo que estén dispuestos a pagar. (Claro está que el propietario podría optar por un mobiliario barato y endeble, no por la razón anterior, sino porque cree que los inquilinos destrozarán cualquier cosa que ponga en el apartamento; pero ese miedo serviría igualmente como argumento para comprar cosas más duraderas.) Por consiguiente, existe un mercado para el alquiler de apartamentos con muebles poco resistentes, pero no lo hay de apartamentos con un mobiliario duradero.

La información privilegiada también supone que no puedas conseguir un plato de comida decente en los centros de atracción turís-

tica como Leicester Square, en Londres, Times Square, en Manhattan, o el barrio Plaka de Atenas. Salvo escasas excepciones, el hambriento turista pagará mucho dinero por una cocina mediocre. Los turistas están dispuestos a pagar precios elevados porque no tienen ni idea de dónde podrían encontrar mejores alternativas, incluso a pocas calles de allí. No obstante, el fenómeno de la atracción turística no tiene sólo que ver con altos precios. Si así fuera, veríamos una amplia gama de restaurantes, encantadores pequeños «bistrós», o locales baratos donde se sirven pasta y hamburguesas —así pues, todos los tipos de comida, desde la espléndida hasta la desastrosa— cobrando, todos ellos, un recargo. En cambio, nos encontramos frente a un mercado truncado: los lugares de alta calidad —ya consista la buena comida en pollo frito o en un refinado plato—, simplemente, no se encuentran. Y la razón es bastante sencilla: los turistas visitarán ese lugar sólo una vez y les será difícil distinguir la comida sensacional de la mala. Todos los buenos restaurantes están ubicados donde tienen más posibilidades de ser apreciados por los lugareños, que están mejor informados. Los malos restaurantes permanecen... como los «limones» del comercio de la restauración.

Cabe recalcar que Akerlof no describe una ignorancia general, sino una situación en donde una de las partes sabe más que la otra. Si tanto los compradores como los vendedores ignoraran si un coche es un limón o un melocotón, no habría ningún problema: los compradores estarían dispuestos a pagar hasta 2.500 dólares por un coche que tendría un cincuenta por ciento de probabilidades de ser un melocotón; y los vendedores, como tampoco contarían con esa información, estarían dispuestos a aceptar cualquier oferta superior a 2.000 dólares. Por supuesto, llegarían a un acuerdo. Sólo cuando un negociador sabe demasiado y el otro muy poco, el acuerdo se hace imposible. Ya que el problema se origina en un conocimiento desigual de la realidad, los economistas tienden a denominarlo «información asimétrica». Este desequilibrio en la información, al destrozar el «mundo de la verdad», puede destruir por completo los mercados perfectos.

La información privilegiada y el seguro de enfermedad.

El problema de los «limones» de Akerlof sería, de por sí, suficientemente problemático si se aplicara sólo a los coches de segunda mano, las viviendas amuebladas y los restaurantes poco fiables de los lugares más hermosos del planeta. Lamentablemente, también perjudica al mercado en productos más importantes: muy particularmente, el seguro de enfermedad.

La gran importancia del seguro de enfermedad viene dada por el hecho de que las enfermedades son extremadamente impredecibles y, algunas veces, tratarlas cuesta mucho dinero. Y no sólo se trata de que el tratamiento médico pueda ser muy caro, sino de que además, por lo general, no es posible posponerlo hasta que llegue un momento más conveniente. También puede coincidir con períodos en los que los ingresos son bajos, pues las personas son más propensas a necesitar atención médica después de jubilarse, y, además, porque quienes precisan cuidados médicos pueden estar demasiado enfermos como para trabajar.

Por lo tanto, el seguro de enfermedad es un producto valioso. Si el mercado de los seguros de enfermedad no funciona adecuadamente, el resultado será primas muy altas y un gran número de personas sin cobertura. Esto les sonaría muy familiar a los lectores de Estados Unidos, en donde los mercados, de hecho, no realizan una buena función proveyendo aseguramiento médico, precisamente debido al problema de los «limones» de Akerlof.

Supongamos que las personas que, probablemente, sean propensas a la enfermedad son «limones»; y quienes, también probablemente, mantengan una buena salud son «melocotones». Si yo, al igual que Jerome K. Jerome, sospecho que soy un limón, sería aconsejable que contratara todos los seguros médicos disponibles. Por el contrario, si tú te sientes bien y todos tus antepasados vivieron hasta los cien años, tal vez sólo contratarías un seguro médico si éste fuera extremadamente barato; después de todo, apenas esperas necesitarlo.

Gracias a que Akerlof demostró que aquellos mercados en los que los jugadores cuentan con información asimétrica están condenados al fracaso, sabemos que el mercado del seguro de enfermedad podría

desaparecer, al igual que lo hizo el mercado de los coches usados de buena calidad. Tú, que tienes un cuerpo que es un succulento «melocotón», no encontrarás adecuado el contrato estándar de seguro; mientras que el señor Jerome y yo, que tenemos cuerpos de pequeños y apáticos limones, recibiremos ese mismo tipo de paquete con los brazos abiertos. En consecuencia, la empresa de seguros sólo le vende cobertura médica a quienes tienen la seguridad de que la usarán. Por consiguiente, pierde aquellos clientes que tienen pocas probabilidades de efectuar reclamaciones y capta a los clientes no deseados, que, muy probablemente, realizarán costosas reclamaciones; y, entonces, tendrá que reducir los beneficios y aumentar el importe de las primas. Quiénes tienen una salud normal encontrarán ahora el seguro demasiado caro y lo cancelarán, obligando a la compañía de seguros a elevar todavía más las primas para seguir en funcionamiento. Cada vez más gente anulará sus pólizas y, al final, únicamente los más enfermos de los limones lo contratarán y a un precio casi imposible de pagar.

Por supuesto, las compañías aseguradoras tratarán de arreglar el mercado de los seguros obteniendo mayor información sobre sus clientes. ¿Fuman? ¿Qué edad tienen? ¿Sus padres murieron a causa de enfermedades hereditarias a los treinta y cinco años o en un accidente conduciendo un coche deportivo a los cien años? A medida que haya más información genética disponible, las empresas aseguradoras podrán obtener un panorama cada vez más preciso de los costes del suministro de seguro médico para cada individuo en particular. Antes, el mercado de seguros se hallaba limitado por la presencia de información privilegiada: las aseguradoras sabían menos que los asegurados, pero si estas empresas pueden seguir reduciendo esa falta de información, estarán dispuestas a proporcionar aseguramiento a una mayor cantidad de personas.

Puede que esto suene parecido a la fijación de precios según el cliente utilizada por Starbucks y Wholefoods en el capítulo dos, pero en realidad se trata de un juego distinto. Cuando Starbucks trata de fijar un precio de esa índole, conoce sus costes y simplemente está tratando de averiguar si puede cobrarle un precio superior a algunos

clientes. Las empresas de seguro de enfermedad afrontan una tarea mucho más fundamental: no saben cuánto les costará dar cobertura a las demandas de prestaciones de cada cliente, y, si no pueden calcularlo de un modo más preciso que el propio cliente, simplemente quebrarán, debido a la carga de los gastos médicos. Los efectos también son diferentes: mientras que la fijación de precios con arreglo al cliente es un modo de obtener una mayor tajada del pastel (sacando más dinero a ciertos clientes), el conocimiento sobre los clientes de un seguro puede llegar a crear un nuevo pastel, al hacer que ciertas transacciones que antes no eran posibles ahora sí lo sean.

Por desgracia, el mercado de seguros se salvaría, pero a un coste lo que sucedería es que los limones, como el señor Jerome y yo, únicamente podríamos contratar un seguro médico pagando unas elevadísimas cuotas. Los melocotones como tú podrías conseguirlo por una suma casi simbólica. Ambas primas reflejarían una cuota actuarialmente justa, es decir, una que cubre ni más ni menos que los gastos médicos probables. Si las empresas contaran con información realmente exacta, que podrían obtener tal vez de los análisis genéticos del futuro, entonces alguien que tuviera una gran probabilidad de enfermarse pagaría cientos de miles de dólares en concepto de primas, pero difícilmente esto podría considerarse un auténtico sistema de seguros.

La industria de los seguros logra mantenerse a flote al evaluar nuestro historial y predecir el coste que conllevará proporcionar cobertura a cada uno de nosotros. Si las empresas no aumentan los precios para los limones como el señor Jerome y como yo, pronto deberán cerrar. El problema es que quienes prevén necesitar atenciones médicas costosas —como, por ejemplo, los ancianos y los enfermos crónicos— se encontrarán con que su compañía de seguros no les presta realmente demasiada cobertura. Ya que sus primas han sido ajustadas para incluir tales gastos, aquéllos pagarán más dinero por el seguro de lo que les supondría pagar de su propio bolsillo los costes que tendrían que afrontar de no tener un seguro.

La curiosa conclusión, que es obvia recordando lo ya dicho anteriormente, es que una política de seguros depende de la ignorancia mutua. Una compañía de seguros sólo puede asegurarme contra un evento como un robo, un incendio o un gasto médico si ninguno de

los dos tiene idea sobre si tal hecho sucederá o no. Si pudiéramos predecir el futuro, el seguro no tendría sentido. Si mi aseguradora pudiera predecir los incendios mucho mejor que yo, sólo me vendería el seguro si yo no lo necesitara; y si yo supiera que mi casa iba a incendiarse, la compañía de seguros debería alertar a la policía, en lugar de venderme una póliza contra incendios. Puesto que el seguro depende de la ignorancia mutua, cualquier avance en la ciencia médica que haga retroceder los límites de tal ignorancia —para los asegurados, los aseguradores o para ambos— debilitará las bases del aseguramiento. Cuanto más sabemos, menos podemos cubrir con un seguro. Este panorama resulta inquietante, si lo que queremos es brindarles a las personas la oportunidad de protegerse contra los elevados costos de la mala suerte.

Haciendo limonada

Un aforismo un poco desconcertante recomienda: «Si la vida te da limones, haz limonada». ¿Cómo podemos preparar una limonada con los limones de Akerlof? Si volvemos al original ejemplo de éste sobre el mercado de coches de segunda mano, vemos que tanto compradores como vendedores tienen un incentivo para intentar solucionar el problema en cuestión: los vendedores quieren obtener un precio decente por sus melocotones; y los compradores, a su vez, quieren comprar melocotones. Si la información privilegiada está destruyendo la posibilidad de un acuerdo mutuamente beneficioso, las dos partes querrán encontrar una forma de salvar esa disparidad en la información.

En el año 2001, Akerlof ganó el Premio Nobel por su trabajo sobre el problema de la información asimétrica; lo compartió con dos economistas que propusieron soluciones parciales al respecto. Michael Spence sostenía que la persona que poseyera la información podría transmitirla de un modo tal que la persona carente de esa información pudiera confiar en ella. Joe Stiglitz analizó el problema al revés e investigó de qué modo la persona sin dicha información podría descubrirla.

Spence se dio cuenta de que no bastaba con que un vendedor de melocotones afirmara, simplemente, «todos mis coches son melocotones», pues hablar no cuesta nada; y un vendedor de limones también puede decir, «todos mis coches son melocotones». El comprador no sabría quién estaba diciendo la verdad, por lo que la afirmación en sí misma no brinda ninguna información. Spence descubrió que un verdadero indicio de la calidad sería aquel que no facilitase el vendedor de limones o que, al menos, éste no pudiera permitirse facilitar.

Un ejemplo sería comprar un costoso salón de exposición de coches, una inversión que sólo podría permitirse un vendedor que planeara quedarse en la zona por un largo período de tiempo. Un vendedor de melocotones espera que los clientes satisfechos regresen y que hablen a sus amigos de sus coches seguros y fiables. Con el transcurso de los años, las ventas amortizarían el coste del salón. En cambio, un vendedor de limones no podría operar de ese modo, pues vendería unos pocos limones mediante una exagerada publicidad y después tendría que trasladarse a algún lugar donde su fama de deshonesto no pudiera seguirle.

Es por esta razón justamente por la que los bancos siempre construyeron edificios tan imponentes. Cuando no existía supervisión estatal, ¿quién sabía si tales bancos estaban depositando su dinero por medio de alguna operación informal o poco fiable? Los clientes se dan cuenta de que los sinvergüenzas que planean huir con el dinero ajeno no revisten primero sus sucursales de bronce y mármol. Ésta también es la razón por la cual pagarás más dinero en un local de negocio establecido en un lugar fijo que en un puesto de un mercadillo por la compra de un producto del cual careces de información sobre su calidad y durabilidad. El local de negocio todavía estará allí para devolverte el dinero en caso de reclamación y esa misma posibilidad te da la seguridad de que es menos probable que dicha queja sea necesaria.

Otros economistas han utilizado la teoría de Spence para explicar el hecho de las enormemente costosas campañas publicitarias sin ningún contenido informativo. ¿Cuál es, después de todo, la información que contiene la publicidad de un refresco? «Coca-Cola. Auténtica.» ¿Cómo dice? La única información que los potenciales clientes pueden deducir de un anuncio así es que su producción fue costosa

y que, por lo tanto, la empresa Coca-Cola planea quedarse y mantener el mismo compromiso de siempre de fabricar productos de alta calidad.

El mismo Spence utilizó primero su perspicacia para mostrar por qué los estudiantes podrían optar por obtener una licenciatura en Filosofía, que, si bien es difícil, no conduce a específicas posibilidades profesionales, como sí lo hace una titulación en Economía o Publicidad. Supón que a los empleadores les gustaría contratar a trabajadores inteligentes y expeditivos, pero no puede determinar en una entrevista laboral quién lo es y quién no. Supón además que todos deben trabajar con ahínco para obtener una licenciatura en Filosofía, pero que a los necios y haraganes les resulta particularmente molesto hacerlo.

Spence expone entonces que las personas inteligentes y aplicadas pueden probar que son inteligentes y aplicadas empujando la dificultad de obtener una licenciatura en Filosofía. No se trata de que quienes son necios y haraganes no puedan obtenerla, sino de que nunca querrían hacerlo. Los empleadores pagarán a los licenciados en Filosofía una suma suficiente como para compensarles el esfuerzo, pero no lo suficiente como para convencer a los necios y haraganes de que se tomen la molestia. Y los empleadores están dispuestos a hacerlo a pesar del hecho de que ese título no mejora en absoluto la productividad del candidato. Sólo se trata de un indicio de credibilidad, pues es muy complicado para alguien que es necio o perezoso obtener una licenciatura en Filosofía. Ya que el propio Spence se especializó en Filosofía en la Universidad de Princeton, tal vez sea cierta su teoría.

Spence demostró que un modo de contrarrestar esa dispar información en esos mercados previamente entorpecidos por la información privilegiada es que los vendedores dignos de confianza descubran modos de manifestar esa cualidad. Los candidatos a un empleo, los bancos, los vendedores de coches usados y los fabricantes de refrescos que sean, todos ellos, de excelente calidad tal vez consideren que vale la pena gastar desmesuradas cantidades de tiempo y dinero (al cursar una carrera que, en realidad, no los hace más cualificados, o al pagar por lujosas decoraciones, edificios y anuncios) para así diferenciarse de los candidatos a un empleo, los bancos, los vendedores de coches usados o fabricantes de refrescos que sean, todos ellos, de baja calidad.

Las ideas de Spence, aun cuando indican que el problema de los limones no es insoluble, no son especialmente reconfortantes. En algunas variaciones de su modelo, todos mejorarían su situación si la defraudadora señal resultara imposible. Si estuviera prohibido estudiar filosofía, los empleadores no podrían diferenciar a los trabajadores vagos de los inteligentes y pagarían a ambos el mismo salario, que sería un promedio de su productividad prevista. Los trabajadores harían saldrían beneficiados; y quizá también los trabajadores inteligentes, si el nuevo salario, más bajo, resultase, con todo, mayor que el sueldo anterior menos el coste de obtener una licenciatura en Filosofía. A los empleadores no les importa contratar, en promedio, pocos trabajadores, porque tienen que pagar menos por ellos. Akerlof demostró que la información privilegiada podía reducir la capacidad de la gente para encontrar acuerdos que beneficien a ambas partes. Spence expuso una forma en la que esos acuerdos podían ser celebrados, pero a la vez descubrió que el coste social de hacerlo así podía ser demasiado elevado.

Mientras que Spence se preguntó qué podía hacer la parte informada para dar a conocer esa información de una forma que fuera creíble, Stiglitz analizó qué podía hacer la parte no informada para descubrirlo. Se concentró directamente en los mercados de seguros y llegó a la conclusión de que el asegurador no informado no se encontraba totalmente indefenso ante los clientes que podían predecir la posibilidad de solicitar la cobertura de gastos médicos. El asegurador podía ofrecer diferentes contratos, por ejemplo, reduciendo la prima del seguro, pero aumentando la franquicia. Esto tiene el efecto de reducir el nivel de cobertura: la baja prima hace que el seguro sea más barato, pero esa más elevada franquicia —que es el montante que se le resta a toda demanda— conlleva que la aseguradora pague menos en concepto de cobertura en caso de reclamación. Los clientes de bajo riesgo se sentirían atraídos por este tipo de contrato, pues el seguro les resultaría más barato y, después de todo, tampoco esperan reclamar el pago de servicios médicos con mucha frecuencia; sin embargo, los clientes de alto riesgo preferirían pagar la prima más alta, pues suponen que reclamarán frecuentemente, por lo cual una franquicia alta les costaría mucho dinero propio. Así pues, las aseguradoras po-

drían persuadir a los distintos tipos de clientes para que les revelasen la información privilegiada que poseen. Se parece un poco a la estrategia de autofijación de precios utilizada por las cafeterías en el capítulo dos. Starbucks ofrece detalles como la nata montada o el sirope aborizante para persuadir a sus clientes de que desvelen si son o no conscientes de los precios. Aetna Insurance ofrece a cada persona cuatro tipos diferentes de paquetes de seguro, con franquicias que van desde los 500 hasta los 5.000 dólares, para engatusar a los contratantes de las pólizas y lograr así que revelen sus predicciones acerca de cuántas reclamaciones presentarán. Pero, de nuevo, Stiglitz no concluyó que el problema de los limones de Akerlof pudiera resolverse con un bajo coste. Bien al contrario: demostró que, como reacción a la información privilegiada, los bancos podrían llegar a denegarles sus préstamos a sectores enteros de la sociedad, las empresas podrían preferir pagar abultados salarios a un grupo selecto en lugar de sueldos más bajos a más trabajadores, y las aseguradoras preferirían excluir a los individuos con alto riesgo de caer enfermos. Tanto Spence como Stiglitz demostraron que si bien puedes preparar una limonada con los limones de Akerlof, no puedes librarte del sabor amargo que te deja en la boca.

Los limones, la cobertura médica y los Estados Unidos

La dificultad que entraña resolver el problema de los limones puede explicarse por qué el sistema de asistencia sanitaria de los Estados Unidos está funcionando tan terriblemente mal. Estados Unidos confía en que los seguros de enfermedad privados financian la mayor parte de los costes médicos. Esta situación es poco frecuente: en Gran Bretaña, Canadá y España, por ejemplo, los costes de la asistencia sanitaria son cubiertos en su mayor parte por el Estado. En Austria, Bélgica, Francia, Alemania y Holanda, los gastos médicos se pagan mediante un sistema de «seguro social»: para la mayoría de las personas, es obligatorio contratar un seguro, pero las primas de la póliza están ligadas, por ley, al tamaño de su renta y no al riesgo de presentar una demanda de cobertura.

En el sistema de Estados Unidos la contratación del seguro médico es voluntaria y las primas están conectadas al riesgo, no a la renta del asegurado; sin embargo, estos principios fundados en el mercado, y apreciados por muchos estadounidenses, no parecen estar proponiendo una cobertura médica que los satisfaga. Un reciente sondeo reveló que sólo el 17 por ciento de los encuestados en Estados Unidos estaban contentos con el sistema de asistencia sanitaria y consideraban que eran necesarias reformas, aunque no sustanciales. ¿Por qué el descontento?

Es bastante sencillo describir las razones superficiales: el sistema es enormemente caro, muy burocrático y extremadamente irregular en su prestación. Primero, el gasto: la asistencia médica en Estados Unidos cuesta un tercio más, por persona, que en su rival más cercano, la superpudiente Suiza, y duplica el gasto que representa para muchos países europeos. El Gobierno de Estados Unidos por sí solo gasta más por persona que la suma del gasto público y privado de Gran Bretaña, a pesar de que el Estado británico proporciona a todos sus residentes una cobertura médica gratuita, mientras que el programa de gasto del Gobierno americano tan sólo da cobertura a los ancianos (Medicare) y a algunos de los marginados (Medicaid). La gran mayoría de los estadounidenses se siente preocupada por el coste de la asistencia sanitaria y quedaría atónita si descubriera que el Estado británico gasta menos por persona que el estadounidense, pero, así y todo, proporciona una asistencia médica gratuita a todo el mundo. De hecho, si incluyes aquí los costes de proporcionar el seguro de enfermedad a los empleados públicos y de conceder desgravaciones fiscales con el fin de fomentar la asistencia sanitaria privada, resulta que el gasto del Gobierno de los Estados Unidos en cobertura médica, por persona, es el más alto del mundo.

Lo siguiente, la burocracia. Los investigadores de la Facultad de Medicina de la Universidad de Harvard descubrieron que los costes administrativos del sistema, público y privado, estadounidense superaban los 1.000 dólares por persona. En otras palabras, cuando incluye todos los impuestos, las primas y los gastos que paga de su propio bolsillo, el estadounidense medio gasta tanto en la recepción del médico y cosas por el estilo como los ciudadanos de Singapur y

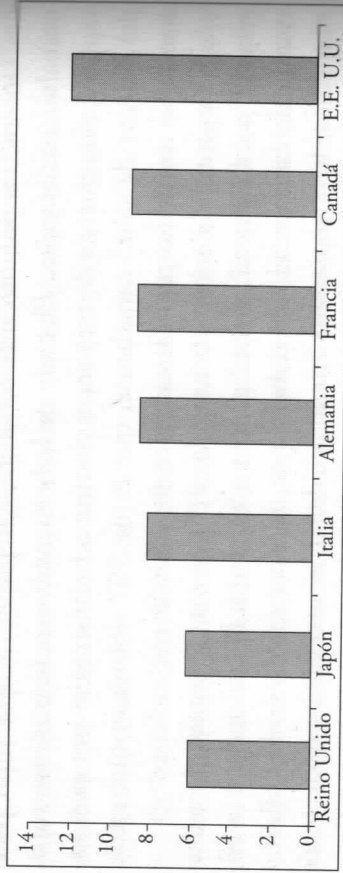
de la República Checa gastan en la totalidad de su asistencia médica. Los resultados sanitarios de estos dos países se asemejan a los de Estados Unidos: la esperanza de vida y la esperanza de «vida saludable» (un dato estadístico que diferencia una vida larga y saludable de una plagada de años de severa incapacidad) son, en comparación con Estados Unidos, un poquito más bajas en la República Checa y un poco más altas en Singapur. El coste de la burocracia estadounidense supera, también, en más de tres veces el coste administrativo por persona del sistema de salud canadiense, que es de 307 dólares, y que arroja resultados sanitarios manifiestamente superiores.

Y luego está la cobertura irregular del sistema. El seguro de enfermedad, por lo general, viene ligado a un trabajo, lo cual reduce la eficiencia de ese mercado de trabajo: por miedo a quedarse sin cobertura médica, los trabajadores no se deciden a renunciar a su puesto de trabajo hasta no tener otro, concertado de antemano. Lo que es peor aún, el 15 por ciento de los ciudadanos carece de cualquier tipo de cobertura, lo que, para la economía más rica del planeta, debería constituir un dato estadístico asombroso, pero probablemente no lo sea, pues lleva siendo lamentado demasiados años. Compáralo con Alemania, donde el 0,2 por ciento de la población no tiene cobertura, o con Canadá o Gran Bretaña, donde el Estado la facilita a todo el mundo.

Dado lo que hemos aprendido de George Akerlof y sus limones, no deberían de sorprendernos los problemas que presenta el sistema de asistencia sanitaria de Estados Unidos. Deberíamos esperar que el sistema de aseguramiento privado, de carácter voluntario, fuese irregular: existe un pequeño número de personas, que tienen costes más apremiantes que el seguro de enfermedad (por ejemplo, los jóvenes pobres, que tienen poco dinero y creen, con razón, que tienen pocas probabilidades de caer gravemente enfermos), que abandonarán el sistema. Como resultado de ello, las compañías de seguros médicos, precisando cubrir sus costes, aumentarán las primas del cliente prometiendo, con lo que ahuyentarán a un número de personas cada vez mayor. No obstante, a diferencia del rígido modelo de los limones, el mercado no se colapsa totalmente; en parte, porque muchas personas consideran que el riesgo de tener que pagar un tratamiento médico es tan inquietante que están dispuestas a pagar sustancialmente más de

lo que sería una prima actuarialmente justa. Por consiguiente, el proceso de desintegración del sistema se detiene, pero no sin antes haber excluido a numerosas personas.

Estados Unidos es el país que más gasta en cobertura médica



Fuente: Cutler, 2002.

Gracias a Spence y a Stiglitz, deberíamos esperar que las compañías de seguros conciban formas de sortear el problema de los limones, pero también que, aunque las soluciones puedan ser efectivas, es probable que sean también antieconómicas. Uno de los resultados de esa búsqueda es la inmensa carga burocrática del sistema estadounidense, pues las empresas se esfuerzan por controlar los riesgos, el comportamiento y los gastos de sus clientes. Otro resultado es el anticuado vínculo entre la cobertura médica y el trabajo: a primera vista, no hay ninguna razón para que un trabajo venga acompañado de un seguro de salud, ninguna más de la que habría para que viniesen añadidas a él una vivienda o la comida gratuitas; pero, con frecuencia, los empleados se ven forzados a contratar una cobertura médica que forma parte del «paquete laboral». Esta forma de presentación conjunta obliga a los miembros más saludables de la sociedad a contratar un seguro y, de ese modo, ayudar a prevenir que el mercado se desintegre. Sin embargo, esta solución no resulta barata: los planes de asistencia médica no son escogidos por sus beneficiarios, que aspirarían a obtener la cobertura ideal por el precio justo, sino por los directores de recursos

humanos, que tienen otras prioridades, como, por ejemplo, procurar-se una vida más fácil por medio de la adquisición «al por mayor» de un seguro «de talla única» (un seguro-tipo que sirva para todos). Es muy probable que el resultado sea el de un derroche mayor de gasto.

No todas las desventajas del sistema de asistencia sanitaria de los Estados Unidos deberían achacarse al problema de los limones planteado por Akerlof. Aun sin el obstáculo de la información privilegiada, se trata de un sistema problemático, ya que los pacientes no siempre tienen la opción de elegir el tratamiento al que van a someterse. Al ser la aseguradora la que paga la factura, la selección del tratamiento adecuado siempre será materia negociable. Si le pides a alguien que pague por tu atención médica, no te sorprendas si no te da exactamente lo que tú hubieras elegido.

No obstante, es sorprendente que la cobertura parcial, la ineficiencia y el elevado coste no sólo sean las características que definen a la cobertura médica privada, sino que además sean exactamente lo que hubiéramos predicho contando tan sólo con los modelos teóricos de Akerlof, Spence y Stiglitz.

Información incompleta: la historia completa

El problema de los limones (o de la «selección adversa» en la jerga de los economistas), cuando la información privilegiada destruye los elementos esenciales de un mercado porque los compradores que la desconocen no están dispuestos a pagar por una calidad que no pueden observar, es sólo un ejemplo del más amplio problema que plantea la información privilegiada («información asimétrica», de acuerdo con dicha jerga). Esta información privilegiada también produce un obstáculo denominado «riesgo moral». El concepto es simple: si comparamos a las personas cuando les sucede algo malo, quizá se vuelvan menos cuidadosas.

Si mi automóvil está asegurado contra el robo, lo aparcaré en cualquier lugar donde encuentre un hueco, incluso en una calle desértica que no parezca completamente segura. Si, en cambio, mi seguro no cubre el caso de robo, es posible que opte por pagar un pequeño extra

para dejarlo en un aparcamiento vigilado. Si me quedo sin trabajo y el Estado me abona una prestación por desempleo, tal vez no me apure tanto a encontrar otro trabajo como lo haría si no contara con ningún ingreso en absoluto. Si el dinero que tengo en mi cuenta corriente está asegurado contra una quiebra del banco, ¿por qué voy a molestarme en verificar la solvencia de ese banco?

En la economía real, el riesgo moral es un problema inevitable. No obstante, si bien es imposible para las compañías de seguros (o cualquiera otras) evitar por completo el riesgo moral, pueden tomar algunas medidas para reducirlo. Por ejemplo, las aseguradoras no ofrecen un seguro contra el despido o el embarazo, lo cual es una lástima, pues sería maravilloso contar con ese tipo de cobertura. La razón es evidente: es fácil concertar el ser despedido o quedar embarazada. Hay muchas personas a las que les gustaría dejar su trabajo, y muchas otras que quisieran tener hijos; y son precisamente ellas quienes estarían ansiosas por conseguir una póliza de seguro que les pagara generosamente por llevar a cabo sus planes. En consecuencia, el riesgo moral destruye el mercado para los seguros de desempleo privados.

Por otro lado, a pesar del riesgo moral, todavía existe el seguro público de desempleo. No es cortés decirlo, pero resulta obvio que pagarles a las personas porque están desempleadas fomenta el desempleo. Sin embargo, si un Gobierno se ahorrase esa prestación por desempleo, seguiría habiendo parados y ayudaría a quien no tiene trabajo es algo que toda sociedad civilizada debería hacer. Lo cierto es que estamos ante situaciones que se compensan: es malo fomentar el desempleo, pero es bueno ayudar a quienes no tienen ingresos.

Tanto el Gobierno como las aseguradoras privadas tratarán de protegerse contra el riesgo moral. Para las compañías de seguro, una de las formas más frecuentes de hacerlo es modificar la póliza de seguro de modo tal que suministre una cobertura sólo parcial por medio de una franquicia. Si la franquicia del seguro de mi coche es de 200 dólares, el miedo a perder ese dinero probablemente no me lleve a tomar medidas de seguridad exageradas, pero debería ser suficiente como para hacerme comprobar que mi coche ha quedado cerrado con llave.

Otra forma en que las aseguradoras pueden combatir el riesgo moral es sacando provecho del acceso a la información privilegiada,

Los proveedores de seguros médicos querrán saber, antes de fijar mis primas, si fumo. Evidentemente, podría mentirles, pero no les resultaría demasiado difícil descubrir el engaño: un sencillo examen médico revelaría que lo hago. Cuando la mayoría de los Gobiernos abordan subsidios por desempleo, lo hacen con la condición de que los beneficiarios estén buscando activamente trabajo; pero, puesto que no pueden controlar a la perfección si las personas lo hacen o no, sólo les satisfacen una exigua prestación. Sin embargo, si el Gobierno pudiera determinar realmente el afán con que los desempleados buscan trabajo, entonces, podría pagar una prestación más generosa al beneficiario que realmente lo merece.

Los problemas de la información incompleta incluyen la «selección adversa» (los limones) y el riesgo moral, pero existen otros más generales y difusos. Por ejemplo, a mi jefe le gustaría pagarme más si yo me esforzara un poco más por hacer un buen trabajo, pero, dado que sólo tiene una vaga idea de con cuánta fuerza lo estoy intentando, mi plus por rendimiento representa sólo una pequeña parte de mi salario. Si mi jefe pudiera observar perfectamente mi capacidad y mi empeño, podría disponer que todo mi sueldo estuviera en relación con mi rendimiento. Otro ejemplo: supongamos que quiero comer en el mejor restaurante de una ciudad; como no sé cuál es, busco uno cuyo nombre sea conocido, con lo que sé que no me voy a equivocar. Sabiendo que los clientes no se tomarán la molestia de buscar el restaurante más barato de la zona, los de renombre pueden cobrar más caro de lo que deberían.

¿Estos problemas de información destruyen totalmente el mercado? Ciertamente no ayudan, pero sería un error exagerar los problemas que causan. A pesar de la información asimétrica, por lo general, los mercados funcionan correctamente porque las personas elaboran ingeniosas soluciones para mejorar la calidad de la información (o reducir el daño que causa una información imperfecta).

Cuando compro artículos de manejo complejo, como una cámara fotográfica, hablo con amigos o consulto páginas web y revistas de información al consumidor, y espero que esto me brinde información útil sobre los artículos de entre los cuales estoy intentado elegir. La opinión de los especialistas, al proporcionar «información privilegiada»,

puede ser especialmente útil cuando desconocemos las particularidades de lo que queremos comprar. Confío en ellos constantemente cuando se trata de otro tipo de mercado (uno que sufre serios problemas de información): el mercado de las vacaciones. Soy esa clase de persona a la que le gusta conocer nuevos lugares, pero a menudo me sucede que no tengo la menor idea de adónde ir o qué podrá ser divertido, dónde reina el mal gusto o quién ofrece un trato agradable, qué lugar es bello y cuál es peligroso. Si el problema no tuviera solución, no nos molestaríamos siquiera en coger vacaciones. (O podríamos exigirle a los gobernantes que nos las facilitara, lo que me hace pensar en esperar años en una lista de espera antes de disfrutar de unos organizados juegos en equipo y de una alegría artificial en un centro vacacional cubierto, hecho de hormigón.) En lugar de ello, compramos unas decentes guías turísticas y tratamos de aprender un poco más por nuestra cuenta.

La prestación de asistencia sanitaria, una vez más, nos brinda un excelente ejemplo de este problema. Una cosa es buscar en una guía turística qué hacer en las vacaciones; y otra bien distinta es acudir a una guía en busca de un cardiócirujano (aun cuando el problema de la falta de información básica es el mismo al que se enfrentan quienes se van de vacaciones). Los pacientes de los cardiócirujanos tratan de saber un poco más sobre cuáles son los médicos que gozan de buena reputación, qué procedimientos tienen el mayor porcentaje de éxito, y cuáles son los hospitales que brindan un mejor cuidado durante el posoperatorio. No obstante, la mayoría de los pacientes admite que, en realidad, no tiene demasiada idea de cuán bueno es, en verdad, su médico.

Fracaso del mercado *versus* fracaso estatal

No se trata de algo precisamente reconfortante. Un sistema de asistencia sanitaria basado en el aseguramiento privado será, tal como hemos descubierto, un sistema irregular, costoso y burocrático. Es más, le ofrecerá a los pacientes la posibilidad de realizar ciertas elecciones, como la de seleccionar un cardiócirujano, sin que éstos estén muy

bien cualificados para hacerlo. Entonces, ¿podría hacer algo mejor el Estado? Después de todo, hasta ahora cada uno de los capítulos de este libro —a excepción del capítulo tres— ha lamentado las causas y los costes de los fallos del mercado. Resulta tentador recurrir al Estado para que resuelva todo.

Desgraciadamente, mientras que los mercados pueden fallar..., los gobiernos también pueden hacerlo. Los políticos y los burócratas tienen sus propias motivaciones. El poder de la escasez, las externalidades y la información incompleta no desaparecen mágicamente cuando la economía es dirigida o regulada por los Gobiernos. Cuando tanto los fallos del mercado como los fallos del Gobierno están presentes, a menudo se elige entre el menor de dos males.

Un fascinante ejemplo que viene al pelo es el del Servicio Nacional de Salud (NHS, National Health Service) de Gran Bretaña, que ofrece asistencia sanitaria para todos los ciudadanos. Es casi totalmente gratuito; aunque la gente que tiene un empleo debe pagar una cantidad simbólica por las medicinas bajo receta. Brinda una cobertura universal: si dentro del país acudes a cualquier consultorio médico o a cualquier hospital, serás atendido de forma gratuita.

Como es de esperar, el sistema se encuentra masificado, la gente tiene, a menudo, que esperar para ser atendida, y la elección del servicio por parte del paciente no es una característica de gran importancia en este sistema: o aceptas cualquier tratamiento que el doctor considere que es el adecuado, o nada. En términos generales, los resultados médicos no son malos, pero las largas listas de espera para ser atendido llevan muchos años siendo la manzana de la discordia. La misma encuesta que detectó que sólo un 17 por ciento de ciudadanos estadounidenses aprobaba la cobertura médica de ese país arrojó que sólo el 25 por ciento de los británicos está contento con su sistema; un resultado mejor, pero que difícilmente puede considerarse una rotunda aprobación.

Si estuvieras quedándote ciego en Gran Bretaña, serías plenamente consciente de un reciente ejemplo de las dificultades que afronta el sistema. El Royal National Institute for the Blind (Real Instituto Nacional para los Ciegos), junto con otras organizaciones que representan a las personas con problemas de visión, ha realizado una fuerte campaña

contra una disposición del National Institute for Clinical Excellence (NICE) —Instituto Nacional para la Excelencia Clínica—, un organismo que evalúa los distintos tratamientos y decide si el Servicio Nacional de Salud debe pagar por ellos o no. La cardiocirugía está dentro de la lista de tratamientos aprobados; las operaciones de nariz no.

El conflicto proviene de la aprobación a regañadientes por parte del NICE de un nuevo tratamiento llamado terapia fotodinámica. Esta terapia utiliza un fármaco llamada «Visudyne» o «verteporfin», combinado con un tratamiento con láser de baja intensidad, con el fin de eliminar las lesiones existentes bajo la superficie de la retina del ojo, por lo general, sin dañar la propia retina. Si esas lesiones no son tratadas, pueden dañar de forma irreversible el centro de la retina, llamado mácula, y la afección resultante, degeneración macular asociada a la edad (ARMD), *age-related macular degeneration*, destruye la visión central de la vida. Ésta es la causa principal de ceguera en el Reino Unido.

En el año 2002, el NICE presentó un informe recomendando la terapia fotodinámica únicamente para los casos más extremos; sólo cuando los dos ojos estaban afectados y exclusivamente para el ojo que estaba menos seriamente dañado. La consecuencia de ello es que aun aquellos pacientes que se sometan al tratamiento perderán la visión de un ojo, mientras que a aquellos otros cuya vista podría ser mejorada les será radicalmente denegado el tratamiento.

Es fácil condenar al NICE sin considerar sus métodos ni la situación en la que se encuentra. El desafío básico a que se enfrenta el Servicio Nacional de Salud es que tiene una limitada cantidad de dinero para gastar y un ilimitado número de formas de gastarlo. No tiene sentido preguntar a los pacientes, pues éstos pagan poco o nada por el tratamiento y, en consecuencia, pedirán más de todo. Por lo tanto, el NICE debe resolver el inevitable dilema: determinar quién obtendrá qué tipo de asistencia sanitaria y a quién se dejará que él solo se las componga.

¿Cómo se puede decidir el gasto médico bajo tales condiciones? ¿Qué harías tú si estuvieras a cargo del NICE? Es casi una tarea imposible, pero probablemente calcularías los costes y los efectos de cada tratamiento y luego los compararías entre sí. A veces, esta tarea es bastante

sencilla: un tratamiento con un 20 por ciento de probabilidades de evitar otro ataque cardíaco es mejor que un tratamiento que sólo tiene el 10 por ciento de esas probabilidades. Bajo la presión de tener que adoptar decisiones, quizá llegases más lejos y dijeras que el primer tratamiento es dos veces mejor y que debería ser utilizado si cuesta menos del doble que el otro tratamiento; pero incluso llegar a ese extremo sería forzar las cosas. Entonces, ¿cómo compararías un tratamiento que aumenta la probabilidad de que alguien vuelva a caminar tras un accidente con uno que reduce la probabilidad de quedarse ciego? ¡Es imposible! No obstante, si dirigiras el NICE, tendrías que intentarlo.

El método que utiliza el NICE es el de calcular el impacto de cada tratamiento en «años de vida ajustados por la calidad» (QUALY, Quality-Adjusted Life Years). Un tratamiento que prolonga la vida por diez años es mejor que uno que lo hace por cinco; un tratamiento que le otorga a alguien diez años de vida sin ningún tipo de discapacidad es mejor que uno que le concede diez años, pero en estado de coma. Es evidente que los juicios de valor que ello implica son extraordinariamente difíciles; sin embargo, deben hacerse en un sistema que presta asistencia sanitaria de forma gratuita.

A modo de ejemplo, considera los problemas que implica juzgar el impacto, en términos QUALY, de la terapia fotodinámica, que reduce la posibilidad de llegar a la ceguera. Lo mejor que puede hacer el Royal National Institute for the Blind para conseguir una mayor prioridad a la terapia fotodinámica es alegar que merece mucho menos la pena un año de vida con ceguera que un año de vida con visión plena. Si el NICE acepta este enfoque, los tratamientos que curen la ceguera se volverán muy valiosos según la medida QUALY, que ubica los años de vida con visión plena muy por encima de los años de vida con ceguera.

Pero espera un momento. La estricta lógica del enfoque que establece que «es malo quedarse ciego» indicaría que mientras que esa premisa le confiere una prioridad alta a los tratamientos para la visión, le da una prioridad baja al tratamiento de otras enfermedades en las personas que ya están ciegas. Si dos personas, una ciega y otra con visión plena, aparecen simultáneamente en un hospital con una obstrucción coronaria y sólo hay tiempo para atender a una de ellas, la metodología QUALY ofrece una conclusión verdaderamente difícil de

aceptar: que merece más la pena auxiliar al paciente que puede ver que al paciente ciego.

Podríamos retroceder y argumentar que, en realidad, no hay diferencia en el valor de la vida de un ciego comparada con la vida de alguien que puede ver. Esto es, ciertamente, más reconfortante. Desgraciadamente, en la conjunción de este argumento con la metodología QUALY, se llega a la conclusión de que no tiene sentido gastar dinero en la terapia fotodinámica o incluso en un par de gafas. Si los tratamientos médicos no mejoran el valor de la vida de las personas, entonces no vale la pena gastar en ellos, especialmente cuando existen tantas causas valiosas, como el tratamiento contra el cáncer, que, sin duda, mejoran el valor de las vidas de las personas.

No resulta sorprendente que el Royal National Institute for the Blind evite a toda costa, incluso, la mención de los QUALY y que se limite a argüir que está probado que la terapia fotodinámica mejora la visión y, por lo tanto, debería estar ampliamente disponible. No los culpo, pero, dado el problema que el NICE intenta resolver (disponer recursos limitados entre una ilimitada gama de tratamientos), es fácil comprender la posición que adopta: en particular, la resolución, aparentemente cruel, de que el tratamiento debería aplicarse únicamente en un ojo, dejando de este modo que el otro ojo quede ciego por completo. La desapasionada perspectiva del análisis QUALY indica que la diferencia entre tener dos ojos buenos y tener un solo ojo bueno es menos significativa que la diferencia entre tener un ojo bueno y ninguno en absoluto. Es muy poco sorprendente que los cálculos tiendan a producir en masa recomendaciones emborrazosas; pero siempre habrá una gran demanda por la atención gratuita y es difícil encontrar una mejor forma de racionalarla.

Solucionando el problema de la asistencia sanitaria mediante una economía «mínimamente invasiva»

Las técnicas de cirugía mínimamente invasiva (*keyhole surgery*) permiten a los cirujanos operar sin hacer grandes incisiones, minimizando, de este modo, el riesgo de complicaciones eventuales y efectos secundarios.

A menudo, los economistas abogan por una estrategia similar cuando se trata de solucionar un problema de funcionamiento de políticas: hay que centrarse en el problema tan de cerca como sea posible, en lugar de intentar algo un poco más drástico.

Entonces, ¿cómo podemos arreglar la cuestión de la asistencia sanitaria? La solución del seguro basado en el mercado está fracasando fuertemente en Estados Unidos, en gran parte debido al problema identificado por el modelo de los limones de Akerlof. El resultado: una cobertura cara y burocrática... y, aun así, sólo para algunos.

El enfoque británico ha sido el de arrasar por completo el mercado y reemplazarlo con un sistema gobernado por las decisiones de burócratas como el NICE, en lugar de dirigido por los precios de mercado, como si parte de la vieja Unión Soviética se hubiera trasladado a los hospitales y consultorios de los condados rurales ingleses. Afortunadamente, son mucho más responsables las decisiones políticas y burocráticas del Reino Unido que las de la antigua URSS, por lo cual ese sistema funciona bastante bien. Con todo, ésta es una respuesta de gran alcance y de dimensiones colosales al serio, pero bastante específico, problema de la información privilegiada. Debemos preguntarnos: ¿existe una solución «mínimamente invasiva» que pudiera restaurar la cobertura sanitaria sin sacrificar la posibilidad de que los pacientes puedan decidir cuánto valen sus propios ojos?

Una economía mínimamente invasiva (*keyhole economics*), en primer lugar, identificaría los fallos específicos del mercado, que se clasifican en tres categorías: poder de la escasez, externalidades e información imperfecta, además del tema de la equidad. El poder de la escasez es un problema potencial, pero no es significativo en la mayoría de los tratamientos médicos. En el Reino Unido, por ejemplo, hay aproximadamente mil quinientos pacientes por cada médico de medicina general (a quien la mayoría de los pacientes que utilizan el Servicio Nacional de Salud acude primero). Así pues, una pequeña ciudad de nueve mil habitantes cuenta con seis médicos, lo cual es probablemente más que suficiente para incentivar la competencia, en un país donde el 90 por ciento de las personas vive en áreas urbanas. Algunos tratamientos especiales ejercerán un poder de la escasez superior: hay personas que vuelan desde Australia y Nueva Zelanda hasta

Hawai para tratarse con el Leksell Gamma Knife (un instrumento para tratar tumores cerebrales). Por lo tanto, hay algunas situaciones en las que el poder de la escasez es tema de preocupación, pero son muy pocas.

También las externalidades tienen importancia sólo en algunos casos selectos: por ejemplo, en los proyectos de salud pública para reducir las enfermedades transmisibles. (Si todos los demás hubieran usado preservativos para protegerse contra el VIH/sida, no tendría necesidad de preocuparme por ello.) No obstante, ni las externalidades ni el poder de la escasez son elementos tan graves o están tan generalizados como para que la regulación gubernamental se transforme en una alternativa atractiva. La solución mínimamente invasiva consistiría en una ligera supervisión por medio de la aplicación de determinadas normas para evitar la explotación del poder de la escasez, combinada con el otorgamiento de subsidios para impulsar la aplicación de programas de inoculación.

En sentido estricto, la falta de equidad no es un defecto del mercado; es algo que incluso los mercados perfectos no necesariamente proporcionan; pero, cuando se trata de asistencia médica, nos preocupa profundamente la equidad, tanto porque no queremos que los pobres sean privados de dicha asistencia, como porque el coste de la misma puede variar espectacularmente, dependiendo de la suerte de cada sujeto. En una sociedad civilizada, queremos asegurarnos que todos puedan costear cierta asistencia médica estándar. La mejor forma de lograrlo es tratar de resolver el problema general de pobreza (recuerda el «teorema de la ventaja» analizado en el capítulo tres) por medio de impuestos redistributivos. Después de todo, ¿por qué gastar tanto dinero en suministrarles a los pobres una asistencia médica gratuita, mientras ignoramos el hecho de que no pueden permitirse una alimentación saludable o una casa segura donde vivir?

Esto deja a la información privilegiada como el gran obstáculo que impide el buen funcionamiento del sistema de asistencia sanitaria. El análisis económico que hemos hecho sugiere que la provisión estatal no es eficaz, porque la toma de la decisión no está en manos del paciente y los recursos se encuentran racionados por medio de procesos políticos. En cambio, el problema abrumador para el mer-

cado de provisión de asistencia médica es el de la información privilegiada, y, más específicamente, la tendencia que ésta tiene a destruir los mercados de seguro.

Este diagnóstico sugiere la aplicación de un tratamiento mínimamente invasivo en dos partes. La primera consiste en asegurar la amplia disponibilidad de la información: debería ser sencillo conseguir una segunda opinión, llamar a una línea de ayuda telefónica y obtener información procedente de bibliotecas, clínicas, Internet e incluso de supermercados. En el Reino Unido, no se le presta mucha atención a este tipo de información porque los médicos son los que deciden. Si se nos pidiera que asumiéramos la responsabilidad de nuestra propia asistencia médica, le prestaríamos mucha más atención y muchos más recursos (públicos y privados) responderían a nuestra demanda de mayor conocimiento.

La segunda parte es darles a los pacientes la oportunidad de que utilicen esa información. En un sistema privado basado en las aseguradoras, éstas tienden a tomar muchas decisiones; en un sistema de provisión estatal, es el Gobierno el que toma las decisiones. En un sistema sin aseguradoras, pero basado en el mercado, es el paciente quien decide. Es mucho mejor. Sin embargo, el paciente también tiene que pagar por los costos impredecibles y potencialmente catastróficos de la asistencia médica.

¿Cómo darles a los pacientes poder de decisión y responsabilidad sin otorgarles una carga demasiado pesada? El mejor sistema sería aquel que obligara al paciente a asumir muchos de los costos, brindándole de este modo un incentivo para que se mantenga informado y pueda tomar decisiones que sean, a la vez, en su propio beneficio y razonablemente económicas, pero que deje los costes más elevados al Estado o a la aseguradora. Podría funcionar, ya que la mayoría de las facturas por atención médica no son «catastróficas» y, por lo tanto, no precisarían el aseguramiento.

¿Cómo sería el funcionamiento detallado de semejante sistema? El objetivo sería otorgarle máxima responsabilidad y poder de decisión a los pacientes y, por consiguiente, se les pediría que gastaran su pro-

pio dinero en lugar del dinero del Estado o de la aseguradora, pero cerciorándose de que nadie afrontara enormes sumas en gastos médicos y de que hasta los pobres contarán con dinero suficiente para pagar la asistencia sanitaria.

Estos requisitos sugieren lo siguiente: las personas deberían pagar por la totalidad de la asistencia médica; pero el seguro debería cubrir el coste de las facturas más importantes; y todos deberían poseer una cuenta de ahorro destinada a los gastos médicos, a la cual contribuiría el Estado en caso de pobreza o de enfermedad crónica.

El seguro en caso de catástrofe, que se paga sólo cuando resulta muy caro un determinado tratamiento, es bastante barato. Los ahorros tampoco plantean un problema: sencillamente, hay que reducir en 1.500 dólares la carga impositiva anual de cada persona —éste es, muy aproximadamente, el coste, en impuestos, de los sistemas públicos de salud del Reino Unido y de Estados Unidos— y hacer que depositen ese dinero en la cuenta de ahorro. Para quienes pagan, al año, menos de aquella cifra en impuestos, el Gobierno aportaría una suma de dinero para compensar el déficit. Y como el sistema es obligatorio, no se produce la selección adversa.

Si participaras en un programa así, ¿cómo funcionaría en tu caso? Tus ahorros para asistencia médica irían automáticamente a una cuenta bancaria que te suministraría altos intereses y así se acumularían gradualmente a lo largo de tu vida. Para la mayoría de las personas, los gastos médicos son menores en los años de la juventud, así que cabría esperar que cuando cumplieras cuarenta años tuvieras 30.000 dólares en esa cuenta o más aún, si has logrado mantener bajo tu nivel de gastos mientras mirabas cómo ese dinero generaba intereses. Treinta mil dólares compran muchísima asistencia médica. Por supuesto que podría consumirse en su totalidad con sólo un procedimiento costoso, pero el seguro contra catástrofes reduciría tus gastos.

Si llegas a la edad en que debes jubilarte y todavía tienes en tu cuenta de ahorros médicos un poco más de la mínima cantidad de dinero que necesitas, puedes transferir el excedente a tu pensión. Cuando mueras, tus ahorros podrán pasar a la cuenta de ahorro de otras personas (por lo general, tu esposa o tus hijos). De este modo, en cada momento de tu vida, tendrías un incentivo para gastar ese dine-

ro únicamente en aquella atención médica que sintieras que es absolutamente necesaria. Si para ti el tratamiento adecuado fuera realizar cierto mantenimiento preventivo —un curso de *shiatsu*, por ejemplo—, entonces, ésa sería tu decisión. También podrías pensar en dejar de fumar, dado lo que eso te costaría en gastos médicos con el paso de los años. El seguro por catástrofes igual te pagaría el trasplante pulmonar, por supuesto, pero no hay sistema humano que pueda evitar por completo el riesgo moral.

Si un día tu oculista te dijera que padeces degeneración macular asociada a la edad, pero que un tratamiento con terapia fotodinámica aumentaría tus posibilidades de conservar la visión por algunos años más... entonces, la decisión sería tuya. El fármaco utilizado en la terapia fotodinámica, Visudyne, cuesta 1.500 dólares y aumentaría entre 40 y un 60 por ciento tus posibilidades de conservar una buena visión. No hay necesidad de empezar a hablar de los QUALY es tu dinero y tu decisión.

La excepción a esta regla sería si tuvieras un gasto de dimensiones catastróficas, en cuyo caso la compañía de seguros preferiría pagar el tratamiento más barato, mientras que tú querrías el mejor de los tratamientos. Es un problema de difícil solución, pero no diferente del de los conflictos de intereses a los que se enfrenta cada uno de los tratamientos en nuestros sistemas médicos actuales. El nuevo sistema implica, simplemente, que ese inherente conflicto de intereses se da con mucha menos frecuencia.

El suministro de productos y servicios es algo frecuente dentro del mercado privado, pero una de las principales alternativas —sin duda, la principal alternativa ideológica— ha sido que ese suministro se realice, en su lugar, por medio de un mercado político. Los productos y servicios médicos son los más difíciles de distribuir; y, si bien lo hemos intentado usando mercados políticos, éstos nos han decepcionado profundamente y por razones obvias.

A primera vista, los fallos del mercado privado —ejemplificados por el sistema estadounidense— también son obvios. Sin embargo, cuando los examinamos con detenimiento, el más grave de ellos es la

falta de información; y es el mercado de los seguros el que sufre las peores consecuencias. Los ciudadanos estadounidenses reciben gran parte de la atención médica por medio de este defectuoso mercado.

Con un poco de imaginación y algo de economía podemos aprendernos de los problemas de los sistemas actuales y pensar en cómo solucionarlos. En Singapur, el sistema esbozado en las últimas páginas lleva teniendo éxito casi dos décadas. El singapurense medio vive hasta los ochenta años y el coste del sistema (público y privado) es de 1.000 dólares por persona (menos que el coste de la burocracia en Estados Unidos). Cada año, el singapurense medio paga aproximadamente 700 dólares de forma privada (el estadounidense medio paga 2.500 dólares de forma privada) y el Estado gasta 300 dólares por persona (cinco veces menos que el Gobierno británico y siete veces menos que el Gobierno estadounidense). La economía mínimamente invasiva funciona.

La razón por la cual el éxito singapurense es poco frecuente probablemente estriba en que los debates sobre la política a adoptar quedan estancados porque los de un lado exigen que quede en manos del mercado, y los del otro sostienen que el Estado lo haría mejor. Entonces, ¿Estado o mercado? Hemos aprendido que no tiene ningún sentido formular esta pregunta de forma aislada. Para responderla debemos entender las razones por las cuales podría funcionar un mercado, y cómo y por qué éste falla.

En el capítulo tres aprendimos exactamente por qué funcionan los mercados: porque nuestras elecciones, como consumidores, entre distintos fabricantes que compiten entre sí proporcionan a éstos tanto los incentivos adecuados como la información correcta para que produzcan la cantidad correcta de aquello que queremos exactamente. Y también hemos aprendido que el poder de la escasez, las externalidades y la información privilegiada pueden, cada uno de ellos, arruinar el modo en que los mercados logran aquello.

En el caso de la cobertura médica, el mercado funciona mal porque mientras que deseamos tener la tranquilidad de saber que pueden pagar las elevadas facturas por gastos médicos, la información privilegiada mina la confianza de las aseguradoras, alejando a los clientes de bajo riesgo y obligándolas a subir las primas. Las empresas priva-

das han desarrollado distintos modos de sortear este problema, pero son caros y burocráticos. El Gobierno de Singapur tuvo la entereza de enfrentarse de lleno al problema, utilizando el ahorro forzoso y el seguro contra catástrofes, para asegurarse de que los costes fueran manejables, pero manteniendo como eje central del sistema el poder de elección del paciente. Los Gobiernos pueden reemplazar a los mercados —aunque en general son más hábiles para restaurarlos—, pero tienen pocas probabilidades de tener éxito, a menos que comprendan exactamente cuál de los problemas está en primer lugar.

Una locura racional

Mi visión es que, en unos pocos años, habrá solamente dos o tres grandes portales en Internet y todo el mundo acudirá a uno de ellos para ser dirigidos a donde sea que quieran ir dentro de Internet. Esos portales valdrán cientos de miles de millones de dólares. Si quieres tener éxito, tendrás que ser uno de ellos.»

Eso decía Graham Bailey (no es su verdadero nombre) en 1998. Bailey era socio de una empresa consultora de administración de empresas y pronunciaba este apasionado discurso frente a cualquier cliente potencial que quisiera escucharlo. Según lo que sé, eso era lo que creía en aquel entonces y es lo que cree ahora, pero cuando lo escuché, no pensé que fuera cierto. En esa época, no eran muchos los escépticos. Aquél fue el año en que el furor de las *dot-coms* (las empresas «punto com», esto es, aquellas que operan desde Internet) estaba realmente comenzando a crecer.

Una de las más famosas de estas empresas era la librería virtual Amazon.com. (Rápidamente se puso de moda que las empresas usaran su dirección en Internet como nombre.) Amazon comenzó a vender libros por Internet en el año 1995 y en el 2003 vendió más de 5.000 millones de dólares en mercancía. El rápido crecimiento de esta empresa y su lucha por seguir siendo rentable han sido extraordinarios, pero no tanto como el precio de sus acciones. En 1997, se vendieron por primera vez públicamente las acciones, a un precio inicial de 18 dólares.

Muchas cosas han sucedido desde entonces. En 1999, las acciones de la empresa se dispararon a más de 100 dólares y se decía que

Amazon.com estaba valorada en una suma superior a todas las libras convencionales del mundo. Sin embargo, a lo largo del año 2000 las acciones de Amazon descendieron nuevamente a 18 dólares, incluso menos. En el verano de 2001 las acciones se vendían por 8 dólares, aproximadamente. En el año 2002, la empresa comenzó a recibir buenas críticas en la prensa financiera, pero todavía sus acciones se cotizaban a menos de los 18 dólares de la oferta inicial. Desde entonces su precio se ha recuperado, hasta alcanzar los 40 dólares por acción. ¿Cuál de los dos precios era el erróneo: 100 dólares u 8 dólares? ¿O lo eran los dos?

La respuesta sería de gran utilidad, sobre todo porque los valores financieros de Amazon son comunes al resto de las empresas. Entonces, ¿puede decir algo el Economista Camuflado sobre las razones que hicieron que las acciones se comportaran así y cómo podrían comportarse en el futuro?

Un paseo aleatorio

Cuando los economistas intentan decir algo lógico sobre los precios de las acciones, siempre se enfrentan a un grave problema. Aunque estudian el comportamiento racional, cuanto más racional es el comportamiento de los inversores del mercado bursátil, más errático se vuelve el comportamiento de ese mercado.

He aquí por qué: las personas racionales comprarían acciones hoy si resultara obvio que fueran a subir mañana y las venderían, si resultara obvio que fueran a bajar. Sin embargo, esto significa que cualquier predicción sobre que las acciones obviamente subirán mañana será incorrecta: en vez de ello, las acciones aumentarán hoy porque la gente las comprará hoy y las seguirá comprando mañana hasta que ya no sean tan baratas como para que aumenten obviamente al día siguiente. En realidad, los inversores racionales deberían ser capaces de anticiparse a cualquier movimiento predecible del mercado de valores o del precio de cualquier acción en particular (si es predecible, entonces, dada la cantidad de dinero que hay en juego, podrán predecirlo).

Claro que eso significa que si los inversores realmente son racionales, no habrá ningún movimiento predecible de acciones en absoluto: toda la previsibilidad debería ser rápidamente extraída del mercado bursátil, pues, en caso contrario, todas las tendencias serán explotadas. Lo único que resta es la noticia impredecible. Como consecuencia del hecho de que sólo las noticias que se deben al azar mueven el precio de las acciones, tanto esos precios como los índices que miden el mercado de valores en su conjunto deberían fluctuar completamente de forma aleatoria. Los matemáticos denominan a este comportamiento *random walk* («un paseo aleatorio»): tiene las mismas probabilidades de subir que de bajar en cualquier día.

Para ser más precisos, el mercado bursátil debería mostrar un paseo aleatorio con una tendencia», es decir, en promedio debería subir a medida que pasan los meses, de modo que sea competitivo comparado con otro tipo de potenciales inversiones, tales como depositar el dinero en una cuenta de ahorro o invertir en bienes raíces. Si se espera que subiera por encima de la tendencia, ya lo habría hecho y del mismo modo, si se esperara que subiera por debajo de esa tendencia, o que bajara, ya habría tenido ese pobre rendimiento. Ésta es la razón por la cual las personas tienen acciones. La tendencia no altera el análisis básico, aunque, en un día dado, la tendencia sea empujada por movimientos aleatorios.

Esta teoría debería mantenerse válida aun cuando no todos los inversores fueran racionales. Quienes sí lo son deberían ser suficientes para forzar al mercado a que se comportara aleatoriamente, asegurándose de que están inyectando mucho dinero en las acciones buenas y extrayéndolo de las malas. Invertir dinero aquí y allá no debería resultarles demasiado difícil, ya que se supone que los inversores más astutos son los que ganan más dinero.

¿Deberíamos creer en la teoría del «paseo aleatorio»? Ciertamente, no deberíamos confiar en que sea absolutamente cierta. Si lo fuera, resultaría paradójico: los inversores que están perfectamente informados generarían un mercado aleatorio, pero ese tipo de mercado no recompensaría a nadie, precisamente por estar perfectamente informado. No valdría

los fondos de inversión esas mínimas ventajas con respecto al mercado? El punto de partida es mirar a las acciones de capital como lo que son: un derecho sobre las ganancias futuras de la empresa. He aquí un ejemplo: supongamos que hay cien acciones de la empresa timharford.com. Si soy el titular de una acción, tengo derecho al 1 por ciento de las ganancias de timharford.com mientras conserve esa acción. Si timharford.com gana, eternamente, 100 dólares por año, entonces, para siempre, ganaré 1 dólar por año. Si la compañía gana 1.000 dólares por año durante los diez años siguientes y después nada más, entonces ganaré 10 dólares por año durante los próximos diez años, y luego, nada.

Hasta aquí todo resulta muy sencillo. Una pequeña complicación es que las empresas no necesariamente devuelven directamente los beneficios a sus accionistas. Amazon.com ganó 8 centavos de dólar por acción en el 2003; por lo tanto, cabría haber esperado que les pagara a sus accionistas un «dividendo» de 8 centavos, pero Amazon.com no pagó ningún dividendo ese año, ni en ninguno de los años anteriores a ése. Esto no significa que los accionistas de esta empresa estén siendo estafados. La dirección de Amazon.com está utilizando el dinero para otras cosas, tales como pagar las deudas que contrajo la empresa o invertir para expandir el negocio. Si este tipo de cosas se hacen con inteligencia, las ganancias aumentarán con el tiempo, y los accionistas, en lugar de recibir el pago de dividendos, serán compensados, como anticipación de esas ganancias futuras, con un precio de acción superior al que hubieran obtenido del otro modo. Incluso si venden las acciones antes de que se paguen los dividendos, deberían obtener un mejor precio por la acción en atención, precisamente, al abono de futuros dividendos.

Si fuera fácil predecir el futuro, sería fácil decir cuál sería el valor de poseer una acción de timharford.com. Supongamos que todos saben que timharford.com ganará 100 dólares por año, para siempre; entonces, poseer una acción de esa empresa nos dará un dólar por año, para siempre. ¿Cuánto vale eso? Si deposito 10 dólares en una cuenta de ahorro y gano el 10 por ciento de interés, eso también me dará un dólar por año, para siempre. Entonces, poseer una acción de timharford.com es como tener 10 dólares en una cuenta de ahorro con un 10 por ciento de interés. Si el tipo de interés fuera del 10 por ciento, estaría dis-

la pena que nadie invirtiera su tiempo y su esfuerzo en analizar el mercado o en descubrir nueva información, si todo el mundo estuviera haciéndolo también. Por otro lado, un mercado repleto de oportunidades sin aprovechar ofrecería grandes ganancias a cualquier inversor que estuviera dispuesto a investigarlas, lo que eventualmente llevaría a que hubiera menos oportunidades desaprovechadas. En algún lugar intermedio, se encuentra el punto de equilibrio: un mercado casi aleatorio que tiene suficientes peculiaridades como para recompensar al inversor informado, quien, a su vez, lo mantiene casi aleatorio.

Se puede ver el mismo fenómeno en las cajas de los supermercados. ¿Cuál es la cola que avanza más rápido? La respuesta es sencillamente que no vale la pena preocuparse por eso, pues si fuera obvio cuál es la cola que avanza más rápido, ya todos se hubiesen pasado a ella y, entonces, ya no sería la cola más rápida. Quédate en cualquiera de ellas y despreocúpate. No obstante, si las personas realmente permanecieran en cualquier fila, entonces existirían patrones predecibles que un experto comprador podría aprovechar. Por ejemplo, si la gente comenzara sus compras a la entrada del local y siguiera su camino hacia el fondo del mismo, la cola más corta sería la que estuviera más cerca de la entrada; pero si una cantidad suficiente de «expertos» lo supiera, ya no sería la cola más corta. Lo cierto es que los clientes atareados, inteligentes, ágiles y experimentados son algo mejores determinando cuál es la fila más rápida y es probable que, en promedio, lleguen a la caja más rápido que nosotros. Pero no por mucho.

El valor y el precio: más allá del paseo aleatorio

Suponiendo que lo que resulta cierto sobre las colas de los supermercados también lo es sobre los precios de los mercados de valores, los economistas deberían ser capaces de arrojar luz sobre el mercado, pero no demasiada. Muchos economistas, de hecho, trabajan con fondos de inversión. Se equivocan casi tan a menudo como aciertan, pero no tanto. Nuestra teoría modificada del paseo aleatorio nos dice que eso es justamente lo que deberíamos esperar.

Entonces, ¿qué es lo que hacen los economistas para brindarles a

puesto a pagar 10 dólares por una acción de timharford.com. Un tipo de interés del 5 por ciento hace que las acciones sean doblemente atractivas comparadas con una cuenta de ahorro, y un tipo de interés del 1 por ciento las hace diez veces más atractivas. Entonces debería estar dispuesto a pagar 100 dólares por una acción de timharford.com, a la tasa de interés fuera por siempre del 1 por ciento, pues me haría ganar un dólar por año, exactamente lo mismo que 100 dólares en una cuenta de ahorro. (Ésta es una de las razones por las que las acciones de capital aumentan cuando se prevé que los tipos de interés van a bajar y bajan cuando se espera que éstos vayan a subir.)

Las acciones de Amazon.com se cotizaban a 40 dólares en octubre de 2004. Sin embargo, como en Estados Unidos el tipo de interés de los depósitos a largo plazo era, aproximadamente, del 4 por ciento, yo sólo necesitaba tener en ese momento 2 dólares en una cuenta de ahorro para ganar 8 centavos por año. Yá que, en el año 2003, Amazon.com ganó 8 centavos por acción, esa acción debería haberse vendido a 2 dólares y no a 40 dólares. Algo más debe de haber justificado

Ese «algo más» es el futuro. En el mundo real, no se puede determinar con seguridad que las empresas obtendrán un determinado beneficio cada año. Los inversores deben calcular su rentabilidad futura, de cualquier forma en que puedan hacerlo. Tal vez timharford.com no gane 100 dólares por año, sino 1.000 millones, debido a una gigantesca expansión. Tal vez quiebre mañana. Es a causa de esta incertidumbre por lo que la mayoría de las personas razonables querrán un descuento: una acción libre de todo riesgo con un 1 por ciento de interés podría haber tenido un valor de 100 dólares, pero una acción con riesgo, de la cual se espera que produzca la misma devolución de un dólar por año (aunque ¿quién puede asegurarlo?), se cotizará a un valor inferior, tal vez 90 dólares o 70 dólares, o, incluso, 30 dólares. Esa desvalorización de las acciones depende de cuán arriesgadas sean realmente y cuánto le preocupe ese riesgo al inversor medio.

Eso sugiere que quienes invirtieron en Amazon.com no esperan tener a largo plazo una ganancia de 8 centavos por acción, sino algo muy superior a eso. En lugar de comprar una acción a 40 dólares y ganar 8 centavos, podrían depositar 40 dólares en una cuenta de ahorro

para ganar 1,60 dólares (ya que el interés de los depósitos a largo plazo es del 4 por ciento). Es evidente que los accionistas de Amazon.com prevén que la ganancia por acción subirá hasta 1,60 dólares, y más también, lo que les compensará por haber aceptado el riesgo. Para lograr esto, las ganancias de Amazon.com deberían aumentar de 35 millones a alrededor de 1.000 millones de dólares anuales.

Lo que acabo de describir es una visión del mercado bursátil basada en «factores fundamentales», es decir, basada en el reconocimiento de que, al final —a las acciones (*share*, en inglés) se las denomina así porque te otorgan el derecho a obtener una «porción» (también *share*, en inglés) de los beneficios de una empresa—, la acción debe reflejar eso a largo plazo. Los economistas pueden ayudar a determinar cuál es el valor *fundamental* de una acción, que es lo que acabo de hacer. Si el precio de la acción es inferior al valor fundamental, eso te indica que la acción está barata y que deberías ganar dinero si la compraras. A largo plazo, el precio de las acciones tiene que reflejar las ganancias fundamentales de las empresas. Si llevamos un caso al extremo, incluso si una acción que tiene un buen valor se mantiene devaluada por siempre, igualmente deberías ganar dinero si la conservaras, pues seguirías embolsándote los dividendos. A corto plazo, el precio de las acciones además debería reflejar las perspectivas fundamentales de la empresa. Después de todo, ¿quién compraría una acción por 10 dólares cuando se sabe que, a largo plazo, realmente valdrá 1 dólar? ¿Y quién vendería una acción a un dólar cuando se sabe que, a largo plazo, valdrá 10 dólares? Siempre que los grandes inversores sean sensatos, el precio de las acciones debería reflejar el estado de los factores fundamentales a corto y largo plazo. Sin embargo, ¿son sensatos los inversores?

El economista más famoso del siglo XX, John Maynard Keynes, comentó al mercado bursátil con un tonto concurso convocado por un periódico, en el que se invitaba a los lectores a que eligieran algunas caras bonitas de entre cientos de fotografías. El ganador fue el lector que hizo la selección de chicas más similar a la de la opinión general.

No se trata de elegir a quienes, de acuerdo con nuestro propio juicio, sean las más bellas, ni siquiera aquellas que el promedio de las opiniones juzga genuinamente como más bellas. Hemos alcanzado un tercer nivel en el que dedicamos nuestra inteligencia a anticipar aquello que la opinión general cree que será el resultado de la opinión general. Y es mi parecer que existen quienes ponen en práctica el cuarto, quinto o incluso mayores niveles.

Un ejemplo de hoy en día lo constituye el método Grolsch para elegir acciones. Una vez me encontré con un inversor que me contó que había comprado muchísimas acciones de la empresa cervecera Grolsch porque había asistido a una gran cantidad de fiestas en la City de Londres (el centro financiero de esta ciudad) y en todas ellas se había servido Grolsch. Las otras cervezas, que anteriormente habían sido muy populares, como Stella Artois o Heineken, parecían haber desaparecido de la escena. Ingenuamente, le dije que las fiestas en la City no necesariamente representaban un buen indicio de las ventas mundiales de Grolsch: podía estar yéndole muy bien allí, pero muy mal en cualquier otro lado, en cuyo caso las ganancias a largo plazo de la empresa caerían y haber comprado acciones habría sido un gran error. El inversor me dijo que sabía que yo estaba en lo cierto, pero que no le importaba, pues consideraba que si Grolsch era fuerte en la City, muchísimos de los inversores se darían cuenta de que la fabricaba una exitosa empresa y, entonces, comprarían acciones. El precio de las acciones subiría —por un tiempo— y podría venderlas, obteniendo una ganancia. Los factores fundamentales sólo importaban si él planeaba retener la acción por un largo período de tiempo, lo suficientemente largo como para que se hiciera evidente la situación real, cualquiera que fuera ésta. ¿Y cuál era la situación real? A lo largo del año siguiente, las acciones de Grolsch cayeron alrededor de un tercio (de 24 a 17,5 libras); luego, en un par de meses, de un salto, volvieron al nivel anterior. Y cuando estaba escribiendo esto, en marzo de 2005, estaban casi exactamente en donde habían estado cuando tuvo lugar nuestra conversación.

Al método Grolsch no le interesa el valor de la acción. Sólo se trata de un intento de sacar ventaja de los errores que, según tu cri-

terio, cometerán los otros inversores. No obstante, dado lo que ahora sabemos con respecto a los mercados bursátiles racionales y el paseo alabatorio, ¿por qué deberíamos creer que los inversores cometerán errores que se pueden aprovechar tan fácilmente?

fontos racionales

¿Por qué realmente? Fíjate en la historia de Tony Dye, jefe de inversiones de Philips & Drew, una empresa que administra inversiones tales como fondos de inversión— de grandes clientes. En 1996, Tony Dye llegó a la conclusión de que el índice FTSE 100 (el índice que refleja los resultados de las cien empresas más grandes que cotizan en la bolsa de Londres análogo al IBEX 35 español), al encontrarse en un nivel de 4.000, estaba sobrevalorado. Por eso transformó una buena parte del dinero de sus clientes en efectivo y lo invirtió en cuentas de ahorro. Al haber retirado 7.000 millones de libras del mercado bursátil, día tras día, sus clientes, sus colegas y los periódicos juzgaban la decisión que había tomado. Fue objeto de burla y llegaron a apodarlo *Dr. Doom*—el malvado personaje de los cómics de *Los cuatro fantásticos*—. A medida que el índice FTSE continuaba subiendo a finales de los años noventa, Dye parecía cada vez más estúpido. En 1999, Philips & Drew perdió más clientes que cualquier otra empresa de administración de fondos. Basándose en los beneficios proporcionados a los clientes en los últimos tres meses de 1999, quedó en la posición 76 de un ránking de 77 competidores. Dye siguió insistiendo en que el mercado bursátil estaba sobrevalorado, rechazó las acciones provenientes del área de Internet y de las telecomunicaciones y mantuvo un inusual porcentaje de las inversiones de sus clientes en efectivo. El final era inevitable: a principios de marzo del año 2000, se anunció su jubilación anticipada y la opinión general fue la de que lo habían obligado a retirarse. El *Times* londinense se refirió a Philips & Drew llamándolo «un chiste» y el sucesor de Dye reconoció lo que éste había sufrido: «Se encontraba solo. Los últimos años no han sido los más fáciles, debido a las críticas que tuvo que soportar».

Dye perdió su trabajo, pero tenía razón. Antes de que Philips & Drew pudiera cambiar su estrategia, el mercado bursátil dio un vuelco. Las acciones de las empresas de Internet, de telecomunicaciones y tecnológicas cayeron en picado. Todo el mercado bursátil se desplomó. A las «anticuadas» acciones «de valor» que Dye había retenido les fue bien y el dinero en efectivo también rindió mejor que las acciones de Internet, que cayeron estrepitosamente. Philips & Drew subió hasta la cima de la tabla de rendimiento de fondos de pensión, y sus clientes ganaron un 6,4 por ciento en los tres meses anteriores a junio del año 2000 (lo que equivale a un beneficio de más del 28 por ciento anual en un mercado que caía abruptamente). El índice FTSE bajó sin cesar, de los 6.400 puntos que tenía cuando el señor Dye se fue de la empresa a menos de 3.300 puntos tres años después. En 1996, Dye había llegado a la conclusión de que para sus clientes iba a ser mejor vender las acciones cuando el mercado se encontraba en 4.000 puntos y depositar ese dinero en una cuenta de ahorro. Con el tiempo, siete años después, se comprobó que estaba en lo cierto.

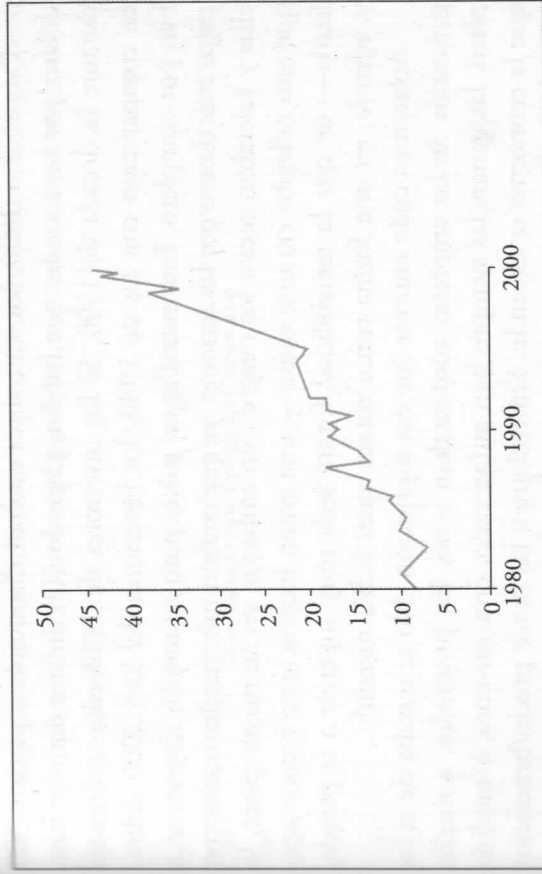
Tony Dye tenía razón, pero ¿fue sensato lo que hizo? Los cientos de administradores de fondos de quienes se comprobó que se habían equivocado desastrosamente conservaron su puesto de trabajo porque se equivocaron junto con el resto del rebaño. Tony Dye decidió seguir su propio camino. Al final fue reivindicado, pero no sin antes haber sido ridiculizado por la prensa, abandonado por sus clientes y obligado por su empresa a renunciar. Quienes administran fondos se enfrentan a incentivos desiguales: si deciden adoptar un punto de vista distinto al resto, ganarán algunos clientes si tienen éxito; pero perderán su puesto de trabajo si no lo tienen. Es mucho más seguro seguir al rebaño.

Esto no quiere decir que los precios de las acciones estén totalmente fuera de contacto con la realidad, sino que, sencillamente, a muchos importantes administradores de fondos, cuyas decisiones afectan a enormes sumas de dinero, se les paga por seguir la tendencia, en lugar de por elegir las acciones correctas. Y ello significa, no cabe duda, que el mercado bursátil cometerá errores.

Adoptando un punto de vista a largo plazo

Puede que pasen muchos años antes de que estos errores se tornen evidentes. ¿Quién puede afirmar con seguridad que la *burbuja* de Internet —esto es, la sobrevaloración, debido a la especulación, de las acciones de las empresas que operaban vía Internet— era, en realidad, una *burbuja*? La verdad podría ser que estuviéramos cometiendo un error hoy, cuando los precios de las acciones han caído tanto. No hay respuestas definitivas, pero, en mi opinión, si echamos una larga, larga mirada hacia atrás, sin duda surgen los interrogantes correctos. Cuando el mercado estaba en su punto más alto, en el año 2000, estaba de moda, con el fin de tratar de que compraran acciones bursátiles o cualquier producto relacionado con ese mercado, como por ejemplo una pensión, mostrarles a las personas un gráfico del precio de las acciones, similar al que se muestra a continuación:

¿Esto es lo que hace el mercado bursátil...?



Fuente: Shiller, 2001.

El objetivo de este gráfico es mostrarte que el mercado bursátil (en este caso, el muy citado índice de las acciones de Estados Uni-

dos, el S&P 500) ha subido muy rápido y si hubieras invertido al principio de la década de 1980, te habría ido realmente muy bien.

El verdadero mensaje es un poco más alarmante. Los números del eje vertical representan la ratio precio histórico/beneficios, y demuestran que el precio de la acción está vinculado con el comportamiento histórico de las ganancias de la empresa durante los diez años anteriores. Así, en 1980, el precio de la acción promedio del S&P 500 era nueve veces mayor que la ganancia promedio durante la década de 1970 de la empresa media del S&P 500 (este gráfico y todas las cifras han sido ajustados para eliminar el efecto de la inflación). Las acciones que habían generado, en la década de 1970, 100 dólares de ganancias anuales costaban, en 1980, 900 dólares. Para 1990, las acciones que durante la década de 1980 habían generado 100 dólares de ganancias anuales costarían 1.800 dólares. Esto significa que los inversores de la década de 1990 confiaban en que esa década sería mejor que la de 1980, mientras que los inversores de 1980 no confiaban tanto en que la década en la que se encontraban fuera a ser mejor que la de 1970.

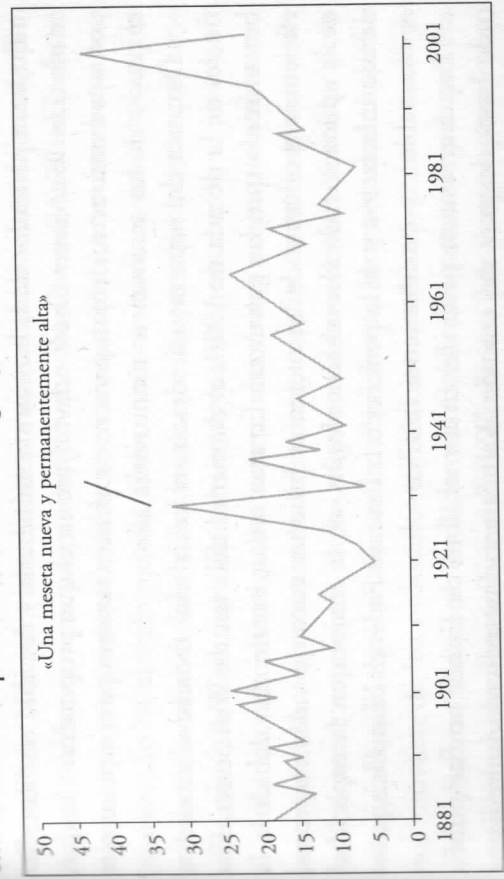
Para el año 2000, los inversores estaban dispuestos a pagar 4.500 dólares por las acciones que habían generado 100 dólares de beneficios durante la década de 1990. Si los inversores de 1990 eran optimistas en comparación con los de 1980, los inversores del año 2000 deliraban por completo. Esto sucedía, en parte, porque estaban dispuestos a pagar más dinero por las acciones, ya que estaban más familiarizados con ellas y toleraban mejor los riesgos. Sin embargo, en su mayor parte, lo que esto reflejaba era una visión —una visión inconsciente y poco analizada— de que la rentabilidad futura sería muy superior a la pasada, y, además, en una forma como nunca antes había sucedido.

Aclaremos cuán enorme fue esa suposición. No se trataba de si las ganancias de las empresas aumentaban o no. En promedio, a medio plazo, las ganancias siempre han aumentado, con vaivenes, a medida que la economía se expande. Sin embargo, las ratios precio/beneficios como las que se muestran en el gráfico siempre han tomado en cuenta el hecho de que, debido a que la economía está creciendo, es probable que las ganancias del futuro sean mayores que las del presente. Los inversores del año 2000 apostaban a algo más que a eso. Apostaban a que las ganancias futuras fueran muy, pero que muy superiores

al las del presente (de un modo que nunca antes había sido visto en la historia de los mercados bursátiles; ni cuando llegó el ferrocarril, ni cuando Estados Unidos adoptó la electricidad, ni en la gran expansión de las décadas de los cincuenta y de los sesenta).

El gráfico de precio/beneficios no debería elevarse como la cara norte del Eiger —la montaña alpina suiza—. Debería ser bastante plano, moviéndose un poco hacia arriba y hacia abajo tal vez, pero sin cambiar demasiado, realmente, a largo plazo. Una ratio estable de 16 puntos quiere decir que estoy dispuesto a pagar 16 dólares por una acción que en el pasado ha generado un beneficio de un dólar anual, 1.600 dólares por una cartera de inversiones que en el pasado ha generado una ganancia de 100 dólares anuales o 16.000 millones de dólares por una empresa que en el pasado generó unos beneficios de 1.000 millones de dólares anuales. A medida que crecen las empresas que cotizan en el mercado bursátil, la ganancia puede aumentar de 10 millones de dólares a 100 millones o a 1.000 millones; pero la ratio no debería, en general, cambiar con el transcurso del tiempo. (Si cambia con los tipos de interés y las actitudes hacia el riesgo, pero estos efectos no bastan para explicar lo que sucedió a fines de la década de los noventa.)

¿... o esto? El punto de vista a largo plazo



dos, el S&P 500) ha subido muy rápido y si hubieras invertido a principio de la década de 1980, te habría ido realmente muy bien.

El verdadero mensaje es un poco más alarmante. Los números del eje vertical representan la ratio precio histórico/beneficios, y demuestran que el precio de la acción está vinculado con el comportamiento histórico de las ganancias de la empresa durante los diez años anteriores. Así, en 1980, el precio de la acción promedio del S&P 500 era nueve veces mayor que la ganancia promedio durante la década de 1970 de la empresa media del S&P 500 (este gráfico y todas las cifras han sido ajustados para eliminar el efecto de la inflación). Las acciones que habían generado, en la década de 1970, 100 dólares de ganancias anuales costaban, en 1980, 900 dólares. Para 1990, las acciones que durante la década de 1980 habían generado 100 dólares de ganancias anuales costarían 1.800 dólares. Esto significa que los inversores de la década de 1990 confiaban en que esa década sería mejor que la de 1980, mientras que los inversores de 1980 no confiaban tanto en que la década en la que se encontraban fuera a ser mejor que la de 1970.

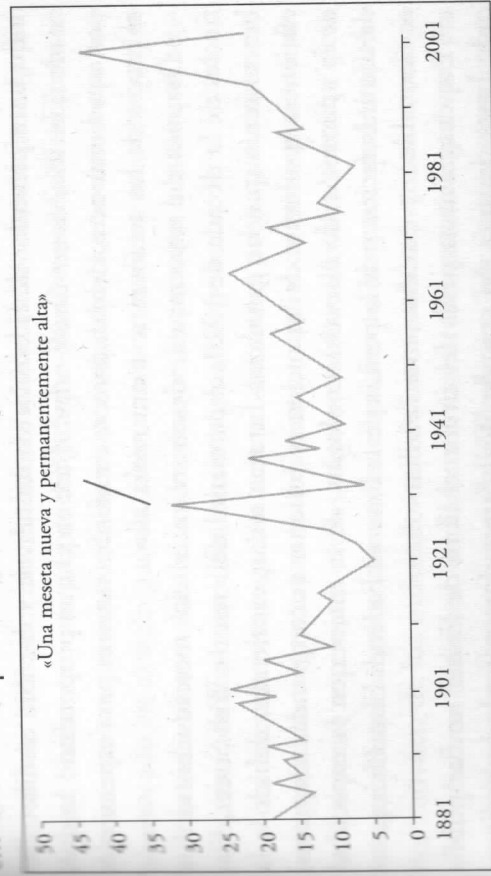
Para el año 2000, los inversores estaban dispuestos a pagar 4.500 dólares por las acciones que habían generado 100 dólares de beneficios durante la década de 1990. Si los inversores de 1990 eran optimistas en comparación con los de 1980, los inversores del año 2000 deliraban por completo. Esto sucedía, en parte, porque estaban dispuestos a pagar más dinero por las acciones, ya que estaban más familiarizados con ellas y toleraban mejor los riesgos. Sin embargo, en su mayor parte, lo que esto reflejaba era una visión —una visión inconsciente y poco analizada— de que la rentabilidad futura sería muy superior a la pasada, y, además, en una forma como nunca antes había sucedido.

Aclaremos cuán enorme fue esa suposición. No se trataba de si las ganancias de las empresas aumentaban o no. En promedio, a medio plazo, las ganancias siempre han aumentado, con vaivenes, a medida que la economía se expande. Sin embargo, las ratios precio/beneficios como las que se muestran en el gráfico siempre han tomado en cuenta el hecho de que, debido a que la economía está creciendo, es probable que las ganancias del futuro sean mayores que las del presente. Los inversores del año 2000 apostaban a algo más que a eso. Apostaban a que las ganancias futuras fueran muy, pero que muy superiores

al del presente (de un modo que nunca antes había sido visto en la historia de los mercados bursátiles; ni cuando llegó el ferrocarril, ni cuando Estados Unidos adoptó la electricidad, ni en la gran expansión de las décadas de los cincuenta y de los sesenta).

El gráfico de precio/beneficios no debería elevarse como la cara norte del Eiger —la montaña alpina suiza—. Debería ser bastante plano, moviéndose un poco hacia arriba y hacia abajo tal vez, pero sin cambiar demasiado, realmente, a largo plazo. Una ratio estable de 16 puntos quiere decir que estoy dispuesto a pagar 16 dólares por una acción que en el pasado ha generado un beneficio de un dólar anual, 1.600 dólares por una cartera de inversiones que en el pasado ha generado una ganancia de 100 dólares anuales o 16.000 millones de dólares por una empresa que en el pasado generó unos beneficios de 1.000 millones de dólares anuales. A medida que crecen las empresas que corizan en el mercado bursátil, la ganancia puede aumentar de 10 millones de dólares a 100 millones o a 1.000 millones; pero la ratio no debería, en general, cambiar con el transcurso del tiempo. (Si cambia con los tipos de interés y las actitudes hacia el riesgo, pero estos efectos no bastan para explicar lo que sucedió a fines de la década de los noventa.)

¿... o esto? El punto de vista a largo plazo



Fuente: Shiller, 2001.

Cuando, en el año 2000, los vendedores de pensiones me mostraban unos gráficos como éste, tenían la esperanza de estar diciéndome que el mercado bursátil iba a seguir subiendo; pero lo que yo veía era un mensaje que decía que estaba destinado a colapsarse. Históricamente, las ratios, a largo plazo, precio/beneficios han rondado los 16 puntos. A menudo, se han alejado de esa cifra, pero siempre han regresado a ella. Robert Shiller, economista licenciado en la Universidad de Yale, se ha esforzado en establecer este patrón, según el cual aquel índice siempre vuelve a los 16 puntos y ha recopilado la información existente desde el año 1881 sobre dicha ratio. (La información que se utiliza en los dos gráficos de los dos índices pertenece a Robert Shiller. De hecho, el primer gráfico mostrado es un extracto del segundo, pero la impresión que causa cada uno de ellos es bastante diferente.) Lo que se muestra claramente, a través de la información suministrada por Shiller, es que un índice de más de 30 puntos no es normal. Sólo sucedió una vez antes de la década de los noventa y fue en 1928. Al igual que en el año 2000, en 1928 surgieron muchos razonamientos que justificaron los elevados precios que las acciones tenían en ese momento. Irving Fisher, uno de los notables economistas licenciados en Yale y predecesor de Shiller, expresó de un modo maravilloso que las acciones habían alcanzado «una nueva y permanente altiplanicie». Fisher no era ningún tonto, era un muy influyente pensador de la economía monetaria y escribió un libro llamado *The Wall Street Crash - And After*, en el que proporcionó lo que, por aquel entonces, debían parecer excelentes razones para esperar que el precio de las acciones se mantuviera alto.

Después del espectacular descenso inicial del mercado bursátil, a finales de la década de 1920, el comienzo del crack de Wall Street, Fisher sostenía que las ganancias futuras serían excelentes, debido a la eficiencia resultante de las recientes fusiones entre grandes empresas, de la aplicación de nuevas tecnologías, de la mejora en la capacidad de administración y de la pericia de la Reserva Federal. El análisis parece razonable... y extrañamente familiar.

Por desgracia, a pesar del título, el libro de Fisher no fue publicado hasta después del crack de Wall Street. Fue editado inmediatamente después del primer acto de lo que resultó ser un drama mucho

más duradero. A ello siguieron caídas mucho más espectaculares en los precios de las acciones; y, de esta forma, también, la Gran Depresión.

Pensando sensatamente sobre la escasez

No es probable que nos encontremos al borde de otra depresión. Algunos empecinados optimistas hasta afirmarían que el mercado bursátil se recuperará para justificar las cotizaciones sobrevaloradas. James Glassman y Kevin Hassett, los autores del libro *Dow 36.000*, que hacía la epónima predicción —el índice Dow Jones es un índice bursátil, creado en 1883, que refleja el valor del mercado de las 30 compañías más importantes y reconocidas de Estados Unidos—, no sintieron ningún arrepentimiento en agosto del año 2002, después de que el Dow se derrumbara hasta alrededor de los 8.000 puntos, y siguieron defendiendo su libro. Señalaron, acertadamente, que nadie podía vaticinar el comportamiento del mercado a corto plazo y pronosticaron que, con el transcurrir del tiempo, el mercado subiría. (Ya no enfatizan el hecho de que en *Dow 36.000* presagiaron que podría llevarle al mercado «tres o cinco años» recuperarse... es decir, hasta finales del 2004.) Glassman y Hassett sostienen que, dado que el mercado bursátil lleva cien años siendo infravalorado, la información histórica suministrada por Robert Shiller no es una prueba de que los inversores cometerán el mismo error nuevamente. Tal vez sea verdad que los inversores se han equivocado en el siglo pasado. Como ya hemos visto, una vez que los economistas abandonamos la idea de que las personas actúan con sensatez, nos resulta muy difícil decir algo al respecto.

Una línea de investigación más productiva es preguntarse si, como lo sugerían las cotizaciones *burbuja*, las ganancias de las empresas serán radicalmente superiores en los años venideros. Resulta tentador pensar que lo que aquí se discute es el poder de Internet, de los teléfonos móviles, de los ordenadores y de otros nuevos avances tecnológicos. Muchos fanáticos de Internet, de hecho, sostuvieron que era razonable pagar una enorme suma de dinero por una empresa como Amazon, ya que Internet estaba «transformándolo todo».

Desafortunadamente, ésa no es la cuestión. Tal vez, Internet sea verdaderamente una tecnología transformadora, como la electricidad, la producción química en masa o los ferrocarriles. La respuesta sabrá con el tiempo, pero, en realidad, no tiene mucha importancia para el mercado bursátil. La premisa que subyace es que, si estamos ante una revolución económica, las acciones deberían ser muy valiosas. Esta premisa es incorrecta. El precio de las acciones debería aumentar únicamente si existe una buena razón para pensar que las ganancias futuras de la empresa serán elevadas. Como sabemos, las ganancias provienen de la escasez. Por ejemplo, la posesión de territorios escasos (protegida por un título legal de propiedad), una marca «escasa» (protegida, legalmente, por una marca comercial) o una organización con aptitudes únicas (protegida nada más que por el hecho de que las organizaciones más efectivas son difíciles de imitar). Así pues, el precio de las acciones debería elevarse únicamente si la transformación económica aumenta el grado de control que tienen las organizaciones sobre los recursos escasos.

Es fácil darse cuenta de que podría existir un vínculo entre transformación económica y control de la escasez. Mucho menos fácil es entender cuál es ese vínculo y parece poco probable que sea tan sencillo como decir que «las nuevas tecnologías aumentarán el control de las empresas sobre los recursos escasos». Algunas compañías saldrán ganando; otras perderán. Históricamente, para la empresa media no ha habido una clara relación entre transformación económica y altos beneficios. De hecho, lo contrario sí que es cierto con frecuencia: la transformación económica destruye la rentabilidad de las viejas empresas (al reemplazar o copiar sus escasos activos), mientras que las nuevas empresas que las sustituyen se enfrentan a un elevado índice de fracasos y a unos muy cuantiosos costes de puesta en marcha de sus negocios. Las ventajosas son aprovechadas por los trabajadores, a quienes, en promedio, se les pagan salarios superiores; y por los clientes, que pagan un precio menor u obtienen mejores productos y servicios. Por ejemplo, los 30 millones de dólares que Amazon obtuvo en 2003 deberían ser puestos en la balanza al lado de la caída de los beneficios sufrida, a nivel mundial, por la industria de la música, que en ese mismo año fue de alrededor de 2.500 millones de dólares, una

caída que los ejecutivos de esa industria atribuyeron a la descarga de música a través de Internet y al fácil pirateo. Internet puede destruir ganancias tan fácilmente como puede posibilitarlas.

Lo mismo ha sucedido siempre con las tecnologías revolucionarias anteriores, como, por ejemplo, los ferrocarriles o la electricidad. Una vez, cuando todavía no comprendía bien esta cuestión, cometí el error de realizar una apuesta con el economista John Kay, a quien le intrigaba saber qué habría sucedido si alguien hubiera comprado acciones de la empresa Great Western Railway, la empresa de trenes más famosa de Gran Bretaña, donde nació el viaje en tren. Él especulaba con que, incluso si alguien hubiese comprado acciones el primer día en que estuvieron a la venta y las hubiese conservado durante un largo período de tiempo, sus beneficios habrían sido bastante modestos, digamos, menos del 10 por ciento anual. Yo no podía imaginar que una de las empresas de mayor éxito de aquellas que habían surgido con la revolución del ferrocarril pudiera proporcionar a los accionistas un rédito tan moderado. Rápidamente recorrí las páginas de las polvorientas ediciones del siglo XIX de la revista *The Economist* y descubrí la respuesta. Por supuesto, Kay estaba en lo cierto. No mucho tiempo después de que las acciones de la Great Western Railway fuesen puestas a la venta, en 1835, a un precio de 100 dólares por acción, se produjo un enorme estallido especulador sobre las acciones de los trenes. En 1845, diez años después del nacimiento de la empresa, sus acciones alcanzaron su punto máximo y llegaron a las 224 libras. Más tarde, cayeron en picado y nunca más volvieron a alcanzar ese nivel durante los cien largos años de vida de la empresa. El inversor a largo plazo hubiera recibido el pago de dividendos y hubiera logrado un respetable, pero poco reseñable, beneficio del 5 por ciento anual por su inversión inicial de 100 libras. Quien hubiese comprado acciones en el momento de máximo furor habría perdido dinero, pero le habría ido mucho mejor que a los que apostaron por las innumerables empresas de ferrocarril que, simplemente, quebraron sin llegar a terminar de construir sus vías.

Así pues, ni siquiera las mejores empresas de ferrocarril representaban las mejores inversiones; y las peores se convirtieron en grandes desastres financieros. Y, sin embargo, nadie pone en cuestión el hecho

de que los ferrocarriles transformaron por completo las economías desarrolladas. Los cálculos más moderados establecen que le agregaron entre un 5 y un 15 por ciento al valor total de la economía estadounidense de 1890 (si lo piensas bien, es una cantidad abrumadora); pero la competencia por crear y poner en funcionamiento líneas de ferrocarril mantuvo las ganancias en un modesto nivel. Dado que la competencia era fuerte, los ferrocarriles tenían poco poder de la escasez.

Escasez y tecnología

En el caso de las *dot-coms* (las empresas que operan a través de Internet) o cualesquiera otras empresas de alta tecnología, es mucho más difícil demostrar la influencia de la escasez. Es verdad que a algunas de ellas les ha ido bien, como por ejemplo a IBM, a Microsoft y a Intel. IBM era una gigantesca y exitosa empresa: a finales de la década de 1970 era la empresa más rentable de la Historia; sin embargo, a principios de la década de 1980 casi fue a la quiebra y sólo ha sido capaz de recuperarse transformándose dolorosa y radicalmente en un negocio completamente distinto. Intel no ha sufrido la misma desintegración, aunque sus beneficios de explotación sí cayeron durante más de tres trimestres en el 2001; pero es una empresa famosa por el incansable esfuerzo que hace para seguir innovando y mantenerse por delante de la competencia. (El presidente de la empresa, Andy Grove, escribió un libro titulado *Only the Paranoid Survive*.)

Sólo Microsoft, que reemplazó a IBM como el gigante de la industria informática, parece haber disfrutado de un período de tranquilidad. Tal vez en esto último consista el gran éxito de Microsoft, que ha ayudado a provocar el frenesí por encontrar a la «próxima Microsoft». La mayoría de las empresas no son Microsoft; y no lo serán nunca. En realidad, en lo que concierne al precio de la acción, ni siquiera Microsoft es Microsoft, ya que a finales de la década de 1990 el precio de sus acciones no reflejaba su situación en ese momento, sino una expectativa de aquello en que podría, eventualmente, llegar a convertirse. La opinión de los inversores, tal vez acertada, es que, a través del control de un importante número de empresas estandarizadas del sector, Micro-

soft realmente cuenta con el auténtico y duradero poder de la escasez, que generará inmensas ganancias por muchos años más.

Para el grupo compuesto por los aspirantes a empresas *dot-com*, el contraste no podría haber sido mayor. Muchos de ellos poseían negocios que podrían haber sido copiados en cuestión de meses y por un coste mínimo y ese solo hecho debería haber puesto en claro que esas acciones no valían casi nada. No importaba que la economía estuviera cambiando, porque nunca cambiará lo suficiente como para que las empresas que no tienen poder de la escasez se tornen extremadamente rentables.

Esto nos hace recordar a Graham Bailey y el asesoramiento a empresas a fines de 1998. La idea implícita en su historia era la siguiente: no importa si tienes poder de la escasez; no importa si alguien más en el mundo puede hacer lo mismo que tú; lo que importa es que tú lo hagas primero. Es una idea similar a la de la fiebre del oro: el primero en reclamar su propiedad tiene prioridad. Si de algún modo las empresas de Internet pudieran ejercer un control «territorial» en Internet, para las otras empresas sería imposible invadir ese territorio y desplazarlas.

Cuando haces explícita a esa idea implícita, te das cuenta de que apela a uno de los grandes mitos estadounidenses, pero en realidad no hay mucho más que eso. Los colonizadores y buscadores de oro tenían un conjunto de derechos de propiedad, en verdad bastante improvisados, para defender sus tierras; sin embargo, las empresas de Internet no cuentan con algo similar (tienen un nombre de dominio y, tal vez, algún nombre comercial inscrito). No obstante, lo que fácil viene, fácil se va: ¿por qué razón no debería enfrentarse a ningún tipo de competencia real aquella empresa que empezó a operar antes que ninguna otra su negocio mediante Internet? Para los clientes es bastante sencillo obtener información sobre los nuevos negocios. No les implica ningún esfuerzo visitar sus sitios web (es mucho más fácil que visitar un nuevo local). De hecho, la ventaja que obtienen los negocios que comienzan primero que el resto parece ser más pequeña de lo que lo fue alguna vez en el pasado. Mientras Bailey hablaba, se estaba fundando una diminuta empresa en un garaje de la ciudad de California. Esta empresa suministraba tecnología para buscar infor-

mación en Internet, pero sólo realizaba unos pocos centenares de bits quedas por hora. El nombre de la compañía era Google.

Google es la prueba viviente de que dar el primer paso no tiene importancia en Internet. Lo que importa es ser el mejor. Google entró tarde al juego y lo hizo cuando parecía que Yahoo! se había autoproclamado rey de los buscadores, y, sin embargo, se ha convertido en el propio sinónimo de búsqueda en la Red. La pregunta para Google es si una nueva empresa, ubicada en un garaje en alguna parte, está a punto de hacer a aquéllas lo mismo que éstas hicieron a sus rivales. En Internet, todas las empresas son vulnerables a la competencia. La Red devora el poder de la escasez.

Las enseñanzas para aplicar a tu propia inversión en el mercado bursátil son claras. Primero, recuerda la lucha por encontrar la cola más rápida del supermercado: ten presente que todos los precios de las acciones tienen incorporado un gran conocimiento experto. Si planeas ganar dinero en serio, es mejor que tengas una idea clara sobre lo que crees que sabes y sobre lo que ignoran quienes se encuentran dentro de ese mercado. En segundo lugar, recuerda que la rentabilidad duradera de una empresa se basa en tener algo que las demás no tienen: una marca poderosa en un mercado convencional (piensa en los preservativos Trojan), el control de un sector, como en el caso de Microsoft; o, simplemente, una pericia superior, como la de General Electric. Tal vez eBay tenga una capacidad así, que se sustenta en su base estable de leales compradores y vendedores. Muy pocas empresas en Internet la tienen, y, si observaste con detenimiento la historia de Graham Bailey, te habrás dado cuenta de que no era muy convincente en 1998. Su empresa consultora quebró en abril del año 2001.

7

Los hombres que no conocían el valor de nada

Alguien que conoce el precio de todo y el valor de nada.

Definición de OSCAR WILDE de un «cínico», ahora comúnmente aplicada a los economistas.

Imagina que contratas a un economista para que venda tu casa y que éste diseña una estrategia para subastarla que parece ser muy inteligente. El economista te asegura que con esa estrategia deberías obtener los 300.000 dólares que crees que vale tu casa. La subasta empieza y, para tu espanto y para vergüenza del economista, de algún modo terminas obteniendo menos de 3.000 dólares. Te quedas sin casa y casi sin dinero, tu esposa se divorcia de ti y pasas el resto de tu vida en un frío y húmedo sótano.

Mientras tanto, tu vecino de al lado también decide vender su casa y contrata a otro economista, quien, igualmente, diseña una estrategia para subastarla que parece ser muy inteligente. Tu vecino también espera obtener 300.000 dólares, pero las ofertas siguen subiendo y termina ganando 2,3 millones de dólares.

¿Te parece rebuscado? Para nada. De hecho, algo muy similar le sucedió, no a los propietarios de una casa, sino a los Gobiernos. En este caso, el bien inmueble no estaba hecho de ladrillos y cemento, sino de «aire fino» —*thin air*—: la longitud de onda de la banda de radiofonia (el «espectro radioeléctrico»), para ser precisos, que utilizan las empre-

sas de telefonía móvil para que operen sus redes. En los últimos años, los Gobiernos de todo el mundo han vendido los derechos de utilización de esa banda a las compañías de telecomunicaciones. Existe una limitada cantidad de banda disponible y, como hemos aprendido, donde hay escasez hay posibilidades de hacer dinero. Por desgracia, no todos los economistas que fueron contratados como asesores sabían cómo llevar a cabo una subasta de modo que pudiera generar un buen precio. Una de ellas alcanzó menos del 1 por ciento de lo que se esperaba, mientras que otra llegó a obtener diez veces más de lo previsto.

Esto no se debió a la suerte, sino a la inteligencia en algunos casos y a los errores garrafales en otros. Subastar el aire, al igual que jugar al póquer, exige una gran habilidad —y es un juego en el que, de hecho, «hay mucho en juego».

El amor, la guerra y el póquer

Muchos de los que conocían al matemático John von Neumann lo consideraban «el mejor cerebro del mundo» y tuvieron la oportunidad de establecer esta comparación en el entorno de una dura competencia, dado que uno de sus colegas en Princeton era Albert Einstein. Von Neumann era un genio alrededor del cual creció el mito de una inteligencia casi sobrehumana. Según cuenta una de las historias, se le pidió que colaborara en el diseño de un nuevo superordenador, destinado a resolver un nuevo e importante problema matemático, que superaba la capacidad de las supercomputadoras existentes. Von Neumann pidió que le explicaran el problema, lo resolvió en cuestión de minutos, con lápiz y papel; y, finalmente, rechazó la oferta.

Von Neumann logró impresionantes avances en lógica, teoría de conjuntos, geometría, meteorología y otros campos matemáticos; y, además, desempeñó un papel central en el desarrollo de la mecánica cuántica, las armas nucleares y la informática; pero es su papel como fundador de la teoría de los juegos el que aquí nos interesa.

Un juego, para un teórico de los juegos, es cualquier actividad en la cual la predicción que realizas sobre lo que hará otra persona afecta a la decisión que tomas sobre tu propio proceder. Quedan inclui-

dos en ese tipo de juegos el póquer, la guerra nuclear, el amor o la puja por «aire fino» en una subasta. La teoría de los juegos puede parecer engañosamente simple: por ejemplo, el juego «conducir un vehículo» es absolutamente sencillo. En él recibes unos aceptables beneficios si conduces por la derecha y tú también lo haces. Recibo otra compensación igualmente satisfactoria, si conduces por la izquierda y tú también. Si uno de los dos decide hacer lo contrario, yo recibo un pago muy malo: un paseo en ambulancia. También tú recibes un pago muy malo si tenemos una colisión frontal, pero en la teoría de los juegos, por lo general, no me preocupa tu compensación por pensar en tu propio bien; sólo me preocupa la compensación que recibes en la medida en que ésta me ayuda a predecir tu comportamiento.

Los juegos, a menudo, son descritos de este preciso modo, utilizando pequeñas historias o anécdotas, pero estas historias ocultan el hecho de que para el teórico los juegos son objetos matemáticos. Los grandes teóricos del juego son brillantes matemáticos, como Von Neumann o el ganador del Premio Nobel, John Nash, el protagonista de *Una mente maravillosa*. Como ocurre con todas las teorías del juego, el revolucionario nuevo método para predecir el resultado de un juego descubierto por Nash constituyó una inspirada aplicación de la ciencia matemática bien entendida.

A Von Neumann le fascinaba el póquer; y, a medida que empezó a prestar atención a este juego, desarrolló herramientas matemáticas, que no sólo son útiles para los economistas, sino también para quienes pretenden entender una gran variedad de cosas, desde las citas amorosas hasta la biología evolutiva o la guerra fría.

Los fundamentos del póquer son sencillos: los jugadores ocultan sus cartas hasta el final de cada mano, que es cuando el jugador con las mejores cartas gana el bote acumulado con todas las apuestas. Los jugadores deben apostar continuamente para permanecer en el juego, pero algunos se retirarán en algún momento porque preferirán perder sólo un poco de dinero en lugar de arriesgarse y perder mucho más al término de la mano en cuestión. Si todos los demás jugadores se retiran, puedes ganar el bote sin necesidad de mostrar tus cartas.

Si estuvieras jugando al póquer, tu desafío básico sería determinar si vale la pena pagar para seguir en el juego. La teoría de las probabilidades no te llevará muy lejos. No basta con calcular las probabilidades de que las cartas que tienes sean mejores que las que tienen escondidas los otros jugadores de la mesa. Es necesario que analices los movimientos de tus oponentes. ¿Una apuesta pequeña es un signo de «debilidad» o un truco para tentarte a que elevés la apuesta contra una «fuerza» oculta? Y hacer una apuesta fuerte, ¿significa una gran jugada o un farol? Al mismo tiempo, debes darte cuenta de que tus oponentes estarán tratando de interpretar tus propias apuestas y debes procurar no ser predecible.

El póquer es una espiral de segundas conjeturas: «Si cree que yo creo que él cree que yo tengo cuatro reyes, entonces...». El póquer es un juego tanto de suerte como de habilidad y, mucho más importante aún, es un juego de secretos: cada jugador tiene acceso a cierta información que permanece oculta para los demás. En el ajedrez, que es un juego de neta habilidad, la batalla ocurre a la vista de todos. En el póquer, ningún jugador puede ver la verdad completa.

Aquí es donde interviene la teoría de los juegos. Von Neumann creía que, si podía analizar el póquer usando las matemáticas, podría arrojar luz sobre toda clase de interacciones humanas. El póquer es un juego en el cual un reducido número de jugadores trata de burlar el ingenio del resto en un entorno de suerte, secretos y hábiles cálculos. Sin embargo, no es el póquer la única situación que encaja con esta descripción. Piensa en los generales que se encuentran en guerra o, incluso —si eres tan cínico como yo—, en los hombres y las mujeres que juegan al gran juego del amor. Al igual que el póquer, muchas interacciones humanas pueden interpretarse como enfrentamientos de ingenio y todas ellas son descritas por los teóricos como «juegos» y exploradas por medio de la teoría de los juegos.

La vida de la economía no es una excepción. Von Neumann se unió al economista Oskar Morgenstern para escribir la biblia de la teoría de los juegos, *Theory of Games and Economic Behaviour*, que fue publicada justo antes de que terminara la Segunda Guerra Mundial. Desde entonces, esta teoría y la economía han mantenido una estrecha relación: la teoría de los juegos se enseña a la mayoría de los

estudiantes de economía y muchos de sus estudiosos han recibido el Premio Nobel en Ciencias Económicas.

Si quieres ejemplos reales de «juegos económicos», piensa en la negociación que se da entre el propietario y el inquilino, entre el Gobierno y los sindicatos, entre los vendedores de coches usados y los compradores de esos coches. Piensa en aquellas naciones productoras de petróleo que deben decidir si se adhieren o no a las reglas de la Organización de Países Exportadores de Petróleo (OPEC, Organization of Petroleum Exporting Countries) para ayudar a que suba el precio del crudo o si comienzan a producir a toda máquina para aprovecharse de los altos precios que otros han creado.

O, para tomar el ejemplo que analizaremos con mayor detenimiento en este capítulo, piensa en el conjunto de ansiosas empresas de telecomunicaciones que tratan de adquirir las licencias del espectro radioeléctrico ofrecido, en cantidades limitadas, por el Gobierno. Cada uno de los licitadores tiene una idea aproximada de la rentabilidad que le proporcionaría tener una licencia (y, por lo tanto, cuán valiosa es), pero nadie lo sabe con precisión. El desafío para el Gobierno consiste en descubrir algunos secretos: cuál de las empresas de telecomunicación puede explotarlas al máximo y cuánto valen para cada una de ellas. En teoría, el Gobierno preferiría adjudicárselas a aquellas firmas que mejor las aprovechen; y, dado que está repartiendo un valioso activo público, también querrá obtener el mejor valor para el contribuyente.

Tanto el problema del póquer como el de las licencias del espectro radioeléctrico son *juegos* en el sentido de Von Neumann. Existe entre ellos una similitud aún mayor: en ambos casos, es importante poner grandes sumas de dinero en el eje central del proceso. Sin apuestas, el póquer no tiene sentido. A un jugador cualquier juego le parecerá «más interesante» si hay dinero de por medio, pero es que en el póquer el dinero es un elemento primordial. Y esto se debe a que, en este juego, son las apuestas las que transmiten la debilidad y la fortaleza, y si los jugadores no apuestan con dinero de verdad, esa «transmisión de información» carece de sentido. Como bien sabemos a estas alturas, hablar no cuesta nada. Marcarse un farol sólo trae consecuencias cuando lo que está en juego es dinero de verdad.

Lo mismo sucede con las licencias de los espectros radioeléctricos. Los economistas especializados en la teoría de los juegos argumentan que la adjudicación de los activos públicos, desde el derecho a extraer petróleo hasta el derecho a utilizar un espectro radioeléctrico, debe determinarse por medio de métodos similares a los que definen una partida de póquer. Para poder filtrar las palabras huecas y las promesas vanas de las empresas competidoras, el Gobierno tuvo que aumentar las apuestas y, por utilizar un viejo dicho, forzar a cada negociador a «poner su dinero donde pone su boca» (*put his money where his mouth is*), esto es, a demostrar que estaban dispuestas a arriesgar su propio dinero.

Juegos dentro de juegos:

Cómo vender una casa de 300.000 dólares por sólo 3.000 dólares

En la segunda mitad de la década de 1990, el Gobierno de Estados Unidos contrató a algunos teóricos del juego para que lo ayudaran a vender los derechos del espectro radioeléctrico. No era una tarea sencilla: una empresa que licitaba por una licencia en Los Ángeles y otra licencia en San Diego podría querer obtener las dos licencias juntas o, en otro caso, ninguna, ya que es más barato administrar sistemas de redes adyacentes, ¿pero cómo podían pujar de una forma sensata por la licencia de Los Ángeles antes de conocer quién se quedaría con la de San Diego? Este complejo problema está ilustrado por una compleja parte de la teoría de los juegos. Los teóricos diseñaron, como era de esperar, un sofisticado conjunto de subastas paralelas.

Las primeras ventas fueron altamente satisfactorias (y muy lucrativas para el Gobierno), pero tras unas pocas subastas las cosas empezaron a ir mal. Los teóricos habían interpretado correctamente los complejos elementos de la subasta, pero habían cometido algunos pequeños errores (como, por ejemplo, publicar las cifras de las pujas sin haberlas redondeado a miles de dólares). Las empresas sacaron ventaja haciendo pujas que, de hecho, venían a contener códigos de área específicos; y esto les permitió señalar cuáles eran las licencias que preferían; de este modo, pudieron repartirse el mercado de las telecomunicaciones en

Estados Unidos sin tener que pujar agresivamente unas contra las otras. Este escenario ni siquiera precisó un (ilegal) acuerdo, pues la subasta permitía tales claras señales. Aunque parecería que se estaba haciendo trampa, nadie podía probarlo. Tres años después de que se llevaran a cabo las primeras subastas, una de ellas, en abril de 1997, alcanzó menos del 1 por ciento de los ingresos esperados, porque —protestaban muchos comentaristas— las empresas habían aprendido a cometer un engaño para no tener que competir entre sí.

Esto es equivalente a vender tu casa que vale 300.000 dólares por menos de 3.000 dólares. Se antoja difícil comprender cómo algo así podría suceder, pero es sencillo. Si sólo existe un pequeño número de compradores potenciales para tu casa, podrían ponerse de acuerdo entre ellos y no pujar unos contra otros. El que finalmente la compra a un bajo precio debe encontrar una forma de compensar a los demás y la forma más obvia de hacerlo sería acordar que no competirá con ellos en futuras subastas. Del mismo modo, parece que las empresas de telecomunicaciones descubrieron una forma de ponerse de acuerdo para no competir entre sí por las licencias de los espectros radioeléctricos en distintas regiones. Esto representó una humillación para la teoría de los juegos: el resultado sólo fue un poco mejor que si las licencias se hubiesen regalado.

Una visión alternativa de los problemas de las subastas estadounidenses consiste en pensar que los teóricos del juego no pudieron ver que lo que habían analizado era sólo una parte de un juego mucho más grande. El Gobierno era como un jugador de póquer «felizmente» inconsciente de la existencia de cámaras ocultas en la habitación; y ajeno al hecho de que los otros jugadores, valiéndose de una serie de gestos y guiños, se turnan para sacarle todo su dinero. El juego al que cree estar jugando no es el verdadero juego.

La teoría de los juegos hecha para los tontos

Ya se utilice para estar en connivencia con otros en las subastas, ya se emplee para hacer trampa con las cartas, debe haber quedado claro a estas alturas que la teoría de los juegos tiene tanto de arte como de

ciencia matemática. Todos los juegos necesitan contar con ciertos supuestos simplificados antes de empezar a ser modelados. Si los teóricos utilizan los supuestos incorrectos (por ejemplo, que los licitadores no utilizarán los códigos de área para coordinar una distribución), entonces lograrán obtener las soluciones perfectas para los problemas equivocados.

Uno de los desafíos más difíciles de todos está arraigado en la misma base de la teoría de los juegos: precisamente, esta teoría fue desarrollada por hombres de un intelecto casi sobrehumano, como es el caso de Nash y Von Neumann. Este hecho constituye tanto su mayor ventaja como su peor desventaja, pues para que la teoría de los juegos tenga éxito debe arrojar luz sobre el comportamiento de simples mortales. La teoría de los juegos expresa la forma en que las personas actuarían como la solución a una ecuación matemática. Supone la existencia de jugadores hiperracionales, capaces de solucionar de modo instantáneo, problemas muy peliagudos, y esta descripción empieza a sonar poco realista, si es que el fin de la teoría de los juegos es representar una herramienta práctica que explique cómo se comporta de verdad la gente real. Ciertamente, Nash y Von Neumann podían resolver ese tipo de problemas instantáneamente, pero el resto de nosotros no puede hacerlo.

Por ejemplo, la teoría de los juegos nos dice que no vale la pena jugar al ajedrez porque, en teoría, su resultado está predeterminado: el jugador puede forzar la producción de cierto resultado. Sin embargo, no sabemos si son las piezas blancas o las negras las que pueden forzar el resultado; no sabemos si ese resultado forzado será que alguien gane la partida o que ésta acabe en tablas; y lo que, sin duda, también sabemos es cómo se jugaría la partida. Sólo sabemos que, en teoría, el resultado forzado es posible. En la práctica, hasta los mejores jugadores (ya sean ordenadores o humanos) ignoran esta estrategia óptima y el resultado de la partida de ajedrez no es en absoluto predecible. Por lo tanto, ¿qué utilidad tiene una teoría que nos dice que el ajedrez sería banal, a menos que fuésemos todos lo suficientemente inteligentes como para saber cómo jugarlo?

No todos pensamos como lo hace un genio. La mayoría de nosotros trataría de marcarse un farol en el póquer con una jugada regu-

lar. Von Neumann, sin embargo, demostró que la jugada correcta es enganar al resto cuando se tiene la peor jugada posible. Chris «Jesus» Ferguson, discípulo de Von Neumann, así lo demostró cuando ganó la Serie Mundial de Póquer en el año 2000; pero jugar al póquer con tus amigos en el garaje no es como jugar en la Serie Mundial, pues ¿qué es lo que puede llegar a decir la teoría de los juegos sobre unos jugadores que se emborrachan y que mienten pésimamente?

Todo esto no es una demoleadora objeción a la teoría de los juegos. Para alcanzar el nivel altísimo y casi imposible de John von Neumann, sería posible incluir en el cálculo errores, olvidos, información incorrecta y cualquier otro tipo de fallos que puedan cometer los jugadores. El inconveniente que se presenta es que cuantos más errores deben tenerse en cuenta, más complicada y menos útil se torna la teoría de los juegos. Para el teórico de los juegos siempre resulta provechoso basarse tanto en la experiencia como en la teoría pura, pues si el juego se vuelve excesivamente complejo para entenderlo los jugadores, entonces la teoría prácticamente deja de tener utilidad para fines prácticos, ya que no nos dice nada sobre lo que las personas harán en realidad.

¡Que pasen los subastadores!

A finales de 1996, vi a uno de los más destacados teorizadores sobre las subastas ilustrar —de pasada— este punto en un seminario sobre la aplicación de la teoría de los juegos a aquéllas. Como parte de su disertación, Paul Klemperer le quitó sus carteras a dos miembros de la audiencia, contó el dinero que contenía cada una de ellas y luego se ofreció a vender esa (desconocida) suma de dinero a cualquiera de las dos víctimas que ofreciera la suma más alta. Los dos miembros de la audiencia, puestos en semejante apuro, no pudieron determinar cuál sería la mejor estrategia para pujar en esa subasta.

La dificultad que se les presentaba a las dos víctimas —y que es un desafío para los licitadores de la mayoría de las subastas, incluida la de los espectros radioeléctricos— es que ninguna de ellas conocía el valor del objeto por el cual pujaban. Claro está que conocían parte de

ese valor, pues sabían cuánto dinero tenían en su propia cartera, pero desconocían el contenido de la cartera del otro. En una subasta por el espectro radioeléctrico, el problema es similar: cada licitador posee sus propias predicciones y sus propios planes tecnológicos, pero, a la vez, sabe que es probable que otros licitadores tengan visiones diferentes. La estrategia óptima sería sacar ventaja de cualquier información que fuera revelada por las ofertas de los otros participantes en la subasta, pero no es sencillo conseguirlo. (En el juego de la cartera, una solución para cada jugador es continuar pujando hasta alcanzar el doble de la suma que tiene la cartera propia. El jugador cuya cartera tenga más dinero ganaría, sin pagar, en ningún caso, menos de la suma. Pujando más agresivamente se arriesgan a pagar demasiado.)

La incapacidad de los dos atónitos «voluntarios» para determinar cómo realizar la puja en esa subasta fue más sorprendente porque se trataba de Ken Binmore y Tilman Börgers, ambos expertos en la teoría de los juegos de las subastas. Klempner, Binmore y Börgers estaban a punto de convertirse en miembros del equipo de académicos que diseñó el mecanismo para la distribución de las licencias en el Reino Unido de los servicios de telefonía móvil de «tercera generación» (3G).

Dicho equipo tenía dos serias dificultades con las cuales debía lidiar. La primera era evitar ser manipulados por los licitadores tramposos, como les había sucedido a las autoridades de Estados Unidos. En segundo lugar, incluso si no pudieran encontrar de inmediato la mejor estrategia para cada una de las subastas, ¿por qué iban a suponer que un grupo de empresarios actuaría como predecía la teoría de los juegos? Y si se comportaban de un modo impredecible, ¿quién sabría lo que podría suceder?

John Maynard Keynes, el economista más influyente del siglo XX, anhelaba que llegara el día en que los economistas ya no fueran superteróricos, sino, «más bien, dentistas», a quienes se les consulta para que solucionen los problemas cotidianos y que den sencillos consejos. La economía no ha llegado a ese punto todavía, y todo economista que quiera ser sólo la mitad de útil que un dentista debe atemperar las teorías económicas con fuertes dosis de las duras lecciones de la vida real:

los jugadores hacen trampa, los licitadores cometen errores, las apariencias importan. Las subastas, al igual que el póquer y el ajedrez, no siempre se desarrollan del modo previsto por los teóricos.

El Gobierno de Nueva Zelanda, que subastó el espectro radioeléctrico ya en el año 1990 y que recibió el asesoramiento de algunos economistas que parecían comprender muy poco la realidad, aprendió esas lecciones a base de cometer errores. Las subastas se realizaron sin verificar que hubiera algún interés en ellas por parte de los licitadores, sin precios mínimos y por medio de una rareza teórica llamada «subasta Vickrey» que los puso en una situación bastante bochornosa. (Este tipo de subasta se llama así en honor a su inventor, William Vickrey, ganador del Premio Nobel, quien realizó los primeros avances importantes en la aplicación de la teoría de los juegos a las subastas.)

La subasta Vickrey es a sobre cerrado y al «segundo precio». «A sobre cerrado» significa que cada licitador escribe una sola oferta y la deposita en un sobre cerrado. Cuando se abren los sobres, quien haya realizado la puja más alta gana. «Al segundo precio» constituye la curiosa regla por la cual el ganador no paga la suma que ofreció, sino el montante de la segunda puja más alta. El elegante razonamiento que se esconde detrás de este tipo de subasta es que ningún licitador cuenta ya con un incentivo para recortar su puja e intentar tener una ganancia mayor, pues presentar una puja menor afectaría a la posibilidad que tienen de ganar la subasta, pero no al precio final del objeto subastado. A un teórico este razonamiento no le resulta extraño en absoluto: después de todo, en una subasta tradicional en Sotheby's o Christie's el precio también es determinado por la segunda puja más alta, ya que la subasta se detiene cuando el licitador que realiza la segunda puja más alta se retira. Tanto para la prensa como para muchos otros, esta subasta Vickrey parecía una verdadera locura. El problema con este tipo de subastas no es de fondo, sino de forma: en una subasta convencional nunca nadie descubre cuál es el precio máximo que el licitador que realiza la puja más alta está dispuesto a pagar, pero en la subasta Vickrey ese dato se hace público. Con toda razón, los neozelandeses querían saber por qué un licitador que había ofrecido por una licencia 100.000 dólares neozelandeses (aproximadamente 72.000 dólares estadounidenses) sólo debía pagar 6 dólares neozelan-

deses (un poco más de 4 dólares estadounidenses) o por qué razón quien había ofrecido 7 millones de dólares neozelandeses (un poco más de 5 millones de dólares estadounidenses) sólo desembolsó 5.000 dólares neozelandeses (aproximadamente 3.600 dólares estadounidenses). Estas cifras eran vergonzosas. Los teóricos sabían que, en promedio, las subastas Vickrey lograban recaudar casi tanto dinero como cualquier otra subasta, porque al no exigir que se pagara la puja más alta incitaban a los licitadores a ofrecer cantidades mayores. Sin embargo, a la prensa y al público en general no les importó lo que sabían los teóricos: la cruel realidad es que las subastas Vickrey fueron consideradas como un fracaso del Gobierno neozelandés.

La teoría de los juegos puede ayudar a predecir algunos problemas, como la estafa habida en la subasta en Estados Unidos. Los otros problemas, como el de la reacción del público neozelandés, sencillamente no aparecen en el análisis teórico. Los economistas que aspiran a la odontología deben ser minuciosos en su forma de pensar y aprender de sus errores: los nuevos problemas seguirán descubriéndose a base de cometerlos.

¿Por qué recurrir a la subasta?

Cuando el Gobierno del Reino Unido comenzó a considerar el empleo de una subasta para la venta de los derechos de los espectros radioeléctricos estaba recurriendo a una audaz medida. Después del éxito inicial, las subastas de Estados Unidos habían fracasado porque la teoría de los juegos utilizada para configurarlas era muy limitada. El Gobierno de Nueva Zelanda se había convertido en motivo de burlas y no fue el único: Australia también había subastado las licencias televisivas y dejaron muchos resquicios en su reglamentación, que fueron tan malévolamente explotados que el ministro responsable fue cesado. Habida cuenta de los riesgos, ¿por qué llegó Gran Bretaña a considerar incluso la posibilidad de recurrir a una subasta?

Al igual que el gobierno estadounidense, el del Reino Unido quería vender las licencias a las empresas que pudieran utilizarlas mejor y,

al mismo tiempo, obtener una suma de dinero. Por supuesto que existía un objetivo añadido implícito: evitar la vergüenza a burócratas y políticos por igual. Si bien a los contribuyentes de Nueva Zelanda y a los de Estados Unidos les parecía mejor entregar las licencias por medio de una subasta que recaudara algo de dinero que entregarlas por nada, para un político la entrega gratuita de los activos públicos es una excelente forma de ganar amigos y aliados; por lo tanto, los teóricos de las subastas debían ofrecer muy buenas razones para llevarlas a cabo.

Y esas razones se basan en la teoría de los juegos, que demuestra con claridad el poder de las subastas. Uno de los problemas más difíciles es asegurarse de que las licencias terminen en buenas manos. Sería un vergonzoso desperdicio de recursos que, con el reducido número de licencias que existen, éstas terminaran en manos de timoford.com, una empresa «burbuja» de Internet y que no cuenta con ninguna experiencia en el aprovechamiento de valiosos activos ni tiene capacidad para hacerlo. Las licencias deberían ser adjudicadas, por el contrario, a aquellas empresas que las aprovecharán de tal modo que brindarán la mejor calidad de servicios al menor coste. Por lo tanto, la competencia entre los posibles adjudicatarios de las licencias fijará los precios.

Entonces, ¿cuál es la mejor forma de identificar a las empresas más capaces? Una posibilidad sería sencillamente preguntarles, pero las empresas van a exagerar sus virtudes o a inventarlas. Algunas de ellas enfatizarán su experiencia, otras su tecnología punta, pero ¿alguna de ellas dirá la pura verdad? Hablar no cuesta nada.

Otra idea, que puede resultar más prometedora, es nombrar a unos expertos en el tema para que decidan cuáles son las empresas que más merecen las licencias. No obstante, en el vertiginoso mundo de la telefonía móvil, la mayoría de los expertos tendría algún interés financiero en una u otra empresa, pues ¿quién puede ser un experto y estar completamente desvinculado de la industria? Incluso si se pudiese encontrar un experto que fuera verdaderamente imparcial, tendría muy poco éxito a la hora de penetrar en los secretos del ramo en cuestión y juzgar el verdadero potencial de las tecnologías rivales.

La teoría del juego muestra el modo en que una simple subasta puede superar todas las complejidades presentes y resolver el proble-

ma con elegancia. Para hacerlo sencillo, imagínate una subasta de una sola licencia parecida a la subasta convencional, en la cual los licitadores pujan a viva voz con ofertas cada vez más altas, pero con una diferencia: se presume que todos los que permanecen en el recinto están dispuestos a pagar el precio más alto vigente en ese momento y que quienes abandonan la puja deben retirarse de la sala y no volver a entrar. La teoría de los juegos puede analizar con más facilidad esta subasta, que es apenas diferente y que, además, refleja con mayor precisión muchas de las subastas que se utilizan para vender licencias.

Ahora cada licitador debe juzgar honestamente el valor que tiene la licencia en cuestión. Cuanto más innovadoras sean sus ideas y menos costosa su tecnología, más dinero ganará si adquiere la licencia. Por supuesto, ninguna empresa puede prever a la perfección las ganancias que obtendrá a partir de esa licencia, pero cada una de ellas se encuentra en mejor posición para determinarlo que cualquier experto ajeno a la industria.

Una vez que se inicia la subasta y el precio empieza a subir, los licitadores comenzarán a retirarse cuando el precio que se pida por la licencia supere el valor que ellos le adjudicaron. Las primeras empresas en irse serán aquellas que no confían plenamente en su proyecto de negocio ni en su tecnología. Si el precio se eleva bastante sin que nadie abandone el recinto, cada uno de los licitadores se dará cuenta de que los otros confían en la potencialidad del mercado en su totalidad. (Ésta es la diferencia entre este tipo de subastas y la subasta convencional que se lleva a cabo en Sotheby's, en la cual nunca sabes quién es todavía un licitador potencial y quién es solamente un espectador.) Si algunos de los licitadores se retiran sorprendentemente pronto, el resto debería advertirlo y revisar sus propias suposiciones, pues la subasta es un proceso resumido de la sabiduría de los licitadores en conjunto.

Además, nadie está en posición de mentir. Hablar no cuesta nada, pero pujar es caro. Ninguna empresa se retirará si el precio de la licencia es menor que el valor que estimaron; y ninguna empresa seguirá pujando si el precio sube demasiado. En un sentido, la subasta es igual al juego de póquer de Von Neumann: como hay dinero en juego, las pujas tienen que tomarse muy en serio; pero, en otro sentido, no se parece en absoluto al póquer, porque en la subasta es imposible tirarse un farol.

La subasta obliga a que cada licitador diga la verdad sobre su propia estimación del valor de la licencia; y, al mismo tiempo, transmiten la opinión colectiva a todos los licitadores, de modo tal que pueden ajustar sus propias opiniones conforme a ella. Más aún, mientras lo hace, recauda dinero.

La teoría de los juegos también muestra que esta sencilla subasta representa, generalmente, una forma mucho mejor de generar dinero en efectivo que cualquier otra opción para negociar una venta. Esto no es algo obvio. Una alternativa sería que el vendedor organizara una subasta con un precio mínimo establecido (secreto o no), por debajo del cual no se realizará la venta. Otra opción sería negociar en secreto con algunos compradores de forma simultánea y mentirles acerca de cómo estaban yendo las negociaciones con los otros. O el vendedor podría realizar a los compradores, de uno en uno, una única oferta del tipo «o lo tomas o lo dejas». O alguna otra cosa. Dado el desconcertante abanico de posibilidades existentes, ¿cómo puede hacer un vendedor para elegir la forma más lucrativa de realizar una venta?

La teoría de los juegos desmenuza este problema hasta llegar al meollo del mismo. A mediados de la década de 1990, Paul Klemperer y Jeremy Bulow (este último llegó a ser otro miembro del equipo de diseño de la subasta) publicaron un ensayo en el que demostraban que si la sencillez de la subasta directa lograba atraer tan sólo a un licitador serio más, esa franca subasta recaudaría más dinero que cualquier otra clase de negociación.

Además de la principal exigencia de que las subastas realmente recauden más dinero, el ensayo finalmente enfocó la atención de los teóricos de la subasta hacia lo que debería haber sido obvio: si lo que deseas es tener una subasta con éxito, debes tener muchos licitadores serios.

La subasta británica en acción

El equipo de diseño de subastas del Reino Unido sin duda alguna utilizó todos los recursos a su alcance para asegurarse de que los lici-

tadores serios aparecieran. En marzo del año 2000, la subasta organizada por el Reino Unido estaba a punto de salir con trece licitadores registrados, que habían abonado 50 millones de libras en concepto de depósito y que estaban conectados a Internet para presentar sus pujas a distancia. El equipo llevaba, por aquel entonces, más de un año anunciando la subasta y se había asegurado de que el Reino Unido fue la primera nación europea en subastar las licencias de los teléfonos de tercera generación. El resultado prometía ser una subasta altamente competitiva.

El equipo se había concentrado de forma obsesiva en los detalles. Habían testado el diseño de la subasta utilizando simulaciones por ordenador y a estudiantes londinenses desempeñando el papel de los ejecutivos de las empresas de telecomunicaciones. Estudiaron cuidadosamente los términos precisos de la subasta, para evitar lagunas en la regulación y hasta se reservaron la opción de poder posponerla si pareciese que algo sospechoso estuviere sucediendo. No obstante, a pesar de todos estos preparativos, nadie sabía realmente si iba a funcionar o si sería otra metedura de pata de los economistas.

Se estableció que la subasta se desarrollaría en pequeñas rondas —con una duración de media hora, aproximadamente—, durante las cuales los licitadores debían presentar nuevas pujas o retirarse. Quiénes decidían no presentar una puja válida, esto es, una oferta superior a la más alta hasta entonces realizada, debían retirarse de la subasta, y cada licitador se le permitía «pasar» tres veces antes de retirarse definitivamente. Todos los días se llevarían a cabo un par de rondas: quizá más, una vez que los licitadores llegaran a sentirse cómodos en el proceso de pujas. Cada una de las rondas sería anunciada rápidamente en Internet. Esta subasta iba a realizarse ante los ojos del mundo entero.

Las expectativas iniciales eran que la subasta recaudara muchísimo dinero: 2.000 o 3.000 millones de libras, lo suficiente como para rebajar un penique del impuesto sobre la renta anual. Si bien obviamente el equipo todavía estaba nervioso, estuvieron encantados cuando nueve empresas más se unieron a los cuatro participantes de renombre ya existentes. Esperaban que fuera todo un éxito.

El interés de las nuevas empresas se atribuía en parte al hecho de que eran cinco las licencias disponibles. En un principio, los ingenie-

ros pensaron que las ondas de aire podrían albergar cuatro licencias que operarían en longitudes de onda del espectro radioeléctrico adyacentes y cada una de ellas tendría cobertura nacional. Sin embargo, con cuatro empresas de reconocido prestigio de por medio, una subasta para cuatro licencias hubiera tenido como obvias triunfadoras a aquéllas y los nuevos aspirantes ni se hubiesen molestado en presentarse tan sólo para salir derrotados. Por ello, los economistas del proyecto se sintieron muy aliviados cuando los ingenieros descubrieron que había suficiente espectro radioeléctrico como para otorgar una licencia más. Esta licencia, llamada «licencia A», se reservó para aquellas empresas nuevas que en ese momento no operaban en el mercado británico de telefonía móvil.

La idea de la subasta era que la competencia que se iba a generar por la licencia A haría subir los precios de las otras cuatro licencias. Cualquier firma que no estuviera en ese momento en cabeza de la puja por una licencia debía continuar pujando o retirarse; sin embargo, siempre que las empresas continuaran presentando ofertas legales, podrían cambiar las pujas de una licencia por otra distinta. Las firmas, obviamente, escogerían pujar por la licencia que en ese momento pareciera ofrecer el mayor valor, lo cual significaba que la fuerte competencia por adquirir la licencia A mantendría «hirviendo a fuego lento», es decir, a punto de hacer subir la puja por las otras licencias —cada vez que el precio de la licencia A superara al del resto, éstas parecerían auténticas gangas—. Los nuevos participantes se quitarían la venda y desafiarían a las empresas ya establecidas por las licencias que éstas tenían ya «arregladas» para sí. Cuando estas últimas empresas subieran el precio, aquellas que tuvieran menos posibilidades de seguir en carrera con las otras licencias volverían a volcarse en la puja por la licencia A.

Aunque es muy complejo explicar una subasta simultánea de cinco acciones, para un licitador es bastante sencillo comprender cuál es la mejor estrategia a seguir. Debido a que los licitadores nunca saben cuándo va a finalizar la subasta, deben asegurarse de que la posición en la que se encuentran les resulta cómoda; y la mejor estrategia para lograrlo es analizar todas las licencias y presentar una nueva puja más alta por cualquiera de ellas que parezca ser la más valiosa. Si en ese

momento ninguna de ellas parece tener valor, entonces retirarse es la jugada correcta. La sencillez de la subasta puede ayudar a explicar la razón por la que tantas empresas decidieron pujar, pues se trata de una subasta que, a diferencia de lo que sucede en la Serie Mundial de Póquer o en el juego de la cartera, está cercana a ser «a prueba de tontos».

Imagínate que pones a la venta tu casa por medio de una prolongada subasta que continúa semana tras semana. Has escuchado historias sobre otras subastas y tienes miedo de que en lugar de obtener los 300.000 dólares que esperas, termines igual que tu desgraciado vecino: divorciado y sin un centavo. La primera semana es una agonía, pero lentamente el precio comienza a subir y tu presión arterial comienza a bajar. Con el tiempo, la puja alcanza los 250.000 dólares y te das cuenta de que, pase lo que pase, no te va a ir demasiado mal. Unos días más tarde, la puja llega a los 300.000 dólares y sonríes. De aquí en adelante todo es ganancia extra; tal vez recibas 310.000 o 320.000 o hasta 350.000 dólares. ¿Quién sabe? Después, el precio sigue trepando. Alcanza los 320.000 dólares. Sube a 350.000 dólares, 400.000 dólares, 500.000 dólares. ¿Qué está sucediendo? Apenas puedes creerlo.

Este vuelco inesperado de los hechos se parece a lo que sucedió en la subasta del espectro radioeléctrico del Reino Unido, salvo que las ofertas en este último caso eran diez mil veces más altas: no se trataba de 300.000 libras, sino de 3.000 millones de libras. Durante una semana, la subasta se desarrolló con tranquilidad; las reglas sobre la puja continuaban manteniéndose a un ritmo constante el aumento de los ingresos totales. Después de, aproximadamente, veinticinco rondas de pujas, los licitadores se habían comprometido por un montante alrededor de los 400 millones de libras por cada licencia. Tras cincuenta rondas, el total quedó establecido en 3.000 millones de libras: la cifra que el Gobierno había anhelado obtener. (En comparación, los depósitos realizados —aun cuando habían sido aumentados a 100 millones de libras— comenzaban a verse como una suma insignificante.) Pero algo extraordinario estaba ocurriendo: los licitadores seguían en

la subasta. Las trece empresas seguían realizando ofertas con regularidad y los precios de las licencias seguían subiendo sin que hubiera signos de que fueran a ralentizarse.

A medida que la subasta se desarrollaba, ésta comenzó a desperdiciar el interés de la prensa. En los diarios, empezaron a salir fotografías del equipo que la había diseñado. Los periodistas se esforzaban en explicar lo que este equipo había hecho exactamente, pero todos comenzaron a darse cuenta de que estaba sucediendo algo sorprendente.

La puja llegó a la ronda sesenta (ingreso total: 4.000 millones de libras)... setenta (5.000 millones de libras)... ochenta (7.000 millones de libras). El final de marzo llegó tal como vino. El precio seguía en aumento.

Los diseñadores de la subasta guardaban en silencio su opinión respecto a todo esto, pero, a puerta cerrada, se los veía entusiasmados y nerviosos, a la vez. Sin embargo, la subasta se estaba transformando en una víctima de su propio éxito: estaba durando demasiado. El mercado bursátil de Estados Unidos era un auténtico manojó de nervios: ¿qué sucedería si una caída estrepitosa en ese mercado se extendiera por todo el Reino Unido, destruyera la confianza de los licitadores e hiciera que la subasta se detuviera de golpe? El depósito de 100 millones de libras parecía, de pronto, muy pequeño. Tal vez los licitadores se retirarían sin más. ¿Quizá debería acelerarse la puja? Al final resultó que no había por qué preocuparse.

La mañana del 3 de abril, casi un mes después de que se presentara la primera oferta, cuando ya se habían recaudado más de 10.000 millones de libras (200 libras, o casi 400 dólares, por habitante en el Reino Unido), finalmente algo sucedió. Cuando la ronda noventa y cuatro había terminado, se anunció que uno de los licitadores, Crescent, se había retirado. A partir de ese momento, el curso de la subasta comenzó a cambiar rápidamente. Esa misma tarde, en la ronda noventa y cinco, un segundo licitador, el consorcio de empresas 3G-UJK, también se retiró. A la mañana siguiente, en la ronda noventa y siete, un tercer licitador, Spectrum, se fue. Algunos de los otros licitadores comenzaron a hacer tiempo, por medio de la utilización de su derecho a abstenerse, y de esa manera seguir en carrera, pero sin

momento ninguna de ellas parece tener valor, entonces retirarse es la jugada correcta. La sencillez de la subasta puede ayudar a explicar la razón por la que tantas empresas decidieron pujar, pues se trata de una subasta que, a diferencia de lo que sucede en la Serie Mundial de Póquer o en el juego de la cartera, está cercana a ser «a prueba de tontos».

Imagínate que pones a la venta tu casa por medio de una prolongada subasta que continúa semana tras semana. Has escuchado historias sobre otras subastas y tienes miedo de que en lugar de obtener los 300.000 dólares que esperas, termines igual que tu desgraciado vecino: divorciado y sin un centavo. La primera semana es una agonía pero lentamente el precio comienza a subir y tu presión arterial comienza a bajar. Con el tiempo, la puja alcanza los 250.000 dólares y te das cuenta de que, pase lo que pase, no te va a ir demasiado mal. Unos días más tarde, la puja llega a los 300.000 dólares y sonrisas. De aquí en adelante todo es ganancia extra; tal vez recibas 310.000 o 320.000 o hasta 350.000 dólares. ¿Quién sabe? Después, el precio sigue trepando. Alcanza los 320.000 dólares. Sube a 350.000 dólares, 400.000 dólares, 500.000 dólares. ¿Qué está sucediendo? Apenas puedes creerlo.

Este vuelco inesperado de los hechos se parece a lo que sucedió en la subasta del espectro radioeléctrico del Reino Unido, salvo que las ofertas en este último caso eran diez mil veces más altas: no se trataba de 300.000 libras, sino de 3.000 millones de libras. Durante una semana, la subasta se desarrolló con tranquilidad; las reglas sobre la puja continuaban manteniéndose a un ritmo constante el aumento de los ingresos totales. Después de, aproximadamente, veinticinco rondas de pujas, los licitadores se habían comprometido por un montante alrededor de los 400 millones de libras por cada licencia. Tras cincuenta rondas, el total quedó establecido en 3.000 millones de libras: la cifra que el Gobierno había anhelado obtener. (En comparación, los depósitos realizados —aun cuando habían sido aumentados a 100 millones de libras— comenzaban a verse como una suma insignificante.) Pero algo extraordinario estaba ocurriendo: los licitadores seguían en

la subasta. Las trece empresas seguían realizando ofertas con regularidad y los precios de las licencias seguían subiendo sin que hubiera signos de que fueran a ralentizarse.

A medida que la subasta se desarrollaba, ésta comenzó a desperdiciar el interés de la prensa. En los diarios, empezaron a salir fotografías del equipo que la había diseñado. Los periodistas se esforzaban en explicar lo que este equipo había hecho exactamente, pero todos comenzaron a darse cuenta de que estaba sucediendo algo sorprendente.

La puja llegó a la ronda sesenta (ingreso total: 4.000 millones de libras)... setenta (5.000 millones de libras)... ochenta (7.000 millones de libras). El final de marzo llegó tal como vino. El precio seguía en aumento.

Los diseñadores de la subasta guardaban en silencio su opinión respecto a todo esto, pero, a puerta cerrada, se los veía entusiasmados y nerviosos, a la vez. Sin embargo, la subasta se estaba transformando en una víctima de su propio éxito: estaba durando demasiado. El mercado bursátil de Estados Unidos era un auténtico manojito de nervios: ¿qué sucedería si una caída estrepitosa en ese mercado se extendiera por todo el Reino Unido, destruyera la confianza de los licitadores e hiciera que la subasta se detuviera de golpe? El depósito de 100 millones de libras parecía, de pronto, muy pequeño. Tal vez los licitadores se retirarían sin más. ¿Quizá debería acelerarse la puja? Al final resultó que no había por qué preocuparse.

La mañana del 3 de abril, casi un mes después de que se presentara la primera oferta, cuando ya se habían recaudado más de 10.000 millones de libras (200 libras, o casi 400 dólares, por habitante en el Reino Unido), finalmente algo sucedió. Cuando la ronda noventa y cuatro había terminado, se anunció que uno de los licitadores, Crescent, se había retirado. A partir de ese momento, el curso de la subasta comenzó a cambiar rápidamente. Esa misma tarde, en la ronda noventa y cinco, un segundo licitador, el consorcio de empresas 3G-UK, también se retiró. A la mañana siguiente, en la ronda noventa y siete, un tercer licitador, Spectrum, se fue. Algunos de los otros licitadores comenzaron a hacer tiempo, por medio de la utilización de su derecho a abstenerse, y de esa manera seguir en carrera, pero sin

umentar su oferta. En la ronda noventa y ocho, Epsilon se retiró. Al día siguiente, durante el mediodía del 5 de abril, One-Tel abandonó la subasta.

Después de noventa y tres rondas de puja sin que ninguna empresa se retirara, la subasta había perdido a cinco de los licitadores en ocho rondas habidas en el curso de tres días. Ahora, sólo restaban ocho. ¿Por qué razón la subasta había empezado a tambalearse tan repentinamente? Tal vez se trataba de una cuestión de orgullo: nadie había querido ser el primero en retirarse, pero una vez que Crescent lo hizo, otros que habían esperado la oportunidad de hacerlo también lo siguieron rápidamente.

Los teóricos del juego tienen otra explicación: los licitadores, por medio de las ofertas de los demás, determinaron el valor probable de las licencias de los servicios de 3G. Ésta era una de las ventajas del diseño transparente de la subasta. Otro tipo de subasta que generalmente se utiliza y que podría haberse aplicado en este caso es la subasta «sobre cerrado», en la que todos los licitadores entregan un sobre que contiene una única oferta. No obstante, ese tipo de subasta habría mantenido oculto para todos los licitadores el valor probable de las licencias y, posiblemente, hubiera llevado a que las ofertas fueran mucho más conservadoras y que el resultado fuera mucho menos rentable para el Gobierno. En cambio, con una subasta abierta, aun cuando la puja llegara a un nivel mucho más alto de lo que cualquiera hubiera imaginado, cada licitador podría ver que sus doce competidores estaban realizando ofertas tan grandes como las propias y que compartía con ellos esa confianza en que las licencias bien lo valdrían. Cada empresa poseía su propio plan de negocios, sus propios socios tecnológicos y sus propias previsiones de ventas. Todas éstas eran meras especulaciones, pero la transparente subasta acumulaba todas las señales de la existencia de cada uno de estos planes y ponía esa información a disposición de todos los licitadores. (La subasta también puso a disposición del Gobierno esa misma información y, al mismo tiempo, recaudó unos ingresos sobre esa base. Muy ingenioso.)

La retirada de Crescent envió un mensaje a los otros licitadores: la empresa creía que las licencias no merecían una oferta más elevada. Al tomar en cuenta las dudas experimentadas por Crescent, otros

licitadores que también dudaban optaron por abandonar. Crescent desató un efecto dominó: cada nuevo abandono reforzaba la noticia de que la puja estaba llegando demasiado lejos.

Evidentemente, las empresas que se retiraban sólo estaban siguiendo al rebano, pero recuerda que los rebanos tienen buenas razones para mantenerse unidos. Esta subasta transparente fue diseñada para difundir la información, de forma tal que era muy poco sorprendente que los licitadores analizaran los mismos hechos y llegaran a la misma conclusión.

La subasta había contemplado una estampida de abandonos, pero estaba lejos de terminarse. A mediados de abril, la recaudación total había superado los 29.000 millones de libras. Los beneficios para el Estado eran casi suficientes para reducir a la mitad el tipo básico del impuesto sobre la renta por un año. Lo que sucedió, en realidad, es que un ministro británico, Gordon Brown, emprendió una generosa serie de gastos en el período preelectoral sin recurrir a un gran aumento de los impuestos o a ningún tipo de crédito. Se le brindó un enorme *free lunch** al público británico en general, cortesía del *boom* de las empresas de telecomunicaciones y de la meticulosa determinación de los diseñadores de la subasta a aprovechar ese fenómeno.

Los últimos tres abandonos se produjeron gradualmente durante el mes de abril. Justo después de la hora del desayuno del 27 de abril, NTL Mobile anunció que se retiraría y, de pronto, cesó todo el entusiasmo. Una empresa llamada TIW pagó 4.384.700.000 de libras por la licencia A y se convirtió en el nuevo nombre de la telefonía móvil. Vodafone había ganado su sangrienta lucha contra British Telecom y, por un precio de casi 6.000 millones de libras, era la orgullosa adjudicataria de la licencia B. British Telecom se quedó con una licencia más pequeña. La subasta alcanzó los 22.500 millones de libras y, al lograrlo, se convirtió en la subasta más grande de la Historia moderna.

* La expresión inglesa *there is no such thing as a free lunch* —«no hay nada como un almuerzo gratis»— da la idea de que una persona o una sociedad puede obtener algo por nada.

Si hubieras vendido tu casa de 300.000 dólares en una subasta que, al igual que ésta, hubiese superado tus expectativas con el transcurso del tiempo, hubieras, finalmente, cerrado el trato por 2,25 millones de dólares y tendrías que haberte pellizcado a la mañana siguiente para comprobar que no estabas soñando.

Recuerda: la fuerza surge de la escasez

Los detractores de las subastas suponían que, debido a que las empresas de telecomunicaciones habían pagado tanto por las licencias, a su vez éstas les cobrarían a los clientes precios muy altos por el servicio de telefonía móvil de tercera generación —3G—, pero ¿perjudicaron las subastas a los servicios de 3G? Piensa en la siguiente frase:

Si las licencias de los servicios de 3G son muy caras, entonces las empresas cobrarán más dinero a sus clientes.

Parece convincente, pero piensa por un momento como un economista: si las licencias de los servicios de 3G son muy baratas, ¿las empresas les cobrarán menos a los clientes? ¿Qué sucedería si el Gobierno entregara las licencias de forma gratuita? ¿Las empresas no les cobrarían nada, entonces, a los clientes? ¿Y si el Gobierno pagara a las empresas de telecomunicaciones para que le quitaran de las manos las licencias? ¿Le darían, por ello, estas empresas a cada cliente un plus de dinero en efectivo junto con el servicio de telefonía móvil gratuito?

Más atrás, en los capítulos uno y dos, aprendimos que las empresas cobrarán el máximo posible, bajo cualquier circunstancia. También sabemos que su capacidad para hacerlo así tiene su límite en su propio poder de la escasez.

Para el Reino Unido, el crucial factor determinante es que existen cinco licencias. Y ese número es suficientemente pequeño como para darle a cada empresa bastante poder de la escasez para poder cobrar precios bien altos. Si sólo estuviesen disponibles dos licencias, entonces el poder de la escasez sería mayor y los precios serían más altos. Si estuvieran disponibles veinte licencias, el poder de la escasez sería

menor y los precios serían más bajos. Es el poder de la escasez (y no el precio de las licencias) el que determina el precio para los clientes.

En el caso del Reino Unido, la escasez se sustentaba en cantidad de espectro radioeléctrico disponible: cinco licencias era lo máximo que podían ofrecer los técnicos. Para el cliente no tiene ninguna importancia cuánto costó la licencia, pero sí la tiene para los contribuyentes (a quienes les gustaría que el Estado obtuviera muchísimo dinero por ese valioso recurso público) y para los poseedores de acciones de la empresa en cuestión (a los que les gustaría que la empresa se desprendiese de la menor cantidad de dinero posible).

La resaca

En el capítulo anterior hemos visto todo lo concerniente al crac del mercado bursátil, el cual (en retrospectiva) comenzó a desvelarse durante el ciclo de subastas europeas de los servicios de 3G. Las empresas de telecomunicaciones estaban entre las que más sufrieron y sus dificultades han sido ampliamente difundidas. Sólo en Europa, estas empresas perdieron 700.000 millones de dólares en el mercado de valores, durante los dos años y medio siguientes a la primera subasta de los servicios de 3G.

Muchos han culpado a las subastas de los males que estas empresas tuvieron que padecer, argumentando que el equipo de diseño del Reino Unido, lejos de haber sido inteligente por recaudar tanto dinero, absurdamente dejó incapacitada a la industria, al exigirle sumas tan grandes. Menos difusión se le dio al hecho de que las empresas que sufrieron los mayores daños no fueron las que obtuvieron las licencias de los servicios de 3G, sino que se trata de empresas estadounidenses que no participaron en las subastas europeas o de empresas operadoras de televisión por cable aquejadas de problemas, como es el caso de NTL y Telewest, que se retiraron de la subasta de los 3G sin haber gastado nada en absoluto. Quienes se hicieron con las licencias, como, por ejemplo, Vodafone, continúan siendo empresas de éxito, tal vez más apesadumbradas y más prudentes después de la *burbuja* de las telecomunicaciones, pero todavía perfectamente viables.

Los ejecutivos de las empresas de telecomunicaciones pueden maldecir las subastas británicas, puesto que todavía el sistema 3G debe probar su valor comercial y se ve amenazado por ciertos competidores, como la tecnología Wi-Fi, pero el público en general debería felicitarlas. Todas las empresas que participaron en las subastas estaban convencidas de que las licencias de los servicios de 3G ofrecían un inmenso valor de escasez y fueron estas subastas las que aseguraron de forma exitosa un precio justo para semejante valor aparente. Los sucesores de John von Neumann utilizaron la teoría de los juegos para lograr uno de los triunfos políticos más espectaculares, aunque controvertidos, que los economistas hayan visto jamás. Los hombres que no conocían el «valor de nada» habían demostrado que los economistas, al igual que los dentistas, finalmente podían ganarse su sustento.

Por qué los países pobres son pobres

Douala es llamada «la axila de África». La descripción es perfecta. Ubicada exactamente debajo del protuberante hombro del oeste de África, la ciudad de Douala, azotada por la malaria, es húmeda, nada atractiva, y apesta. Pero si vives en Camerún, Douala es donde transcurre la acción. Camerún es realmente un país muy pobre; el camerunés promedio es ocho veces más pobre que el ciudadano promedio del mundo y casi cincuenta veces más pobre que el estadounidense medio. A finales del año 2001, me dirigí a Douala a averiguar por qué esto era así.

No estoy seguro de quién fue el primero en ponerle el mote de «axila», pero no me sorprendería que se tratara del ministro de Turismo de Camerún. Todos sabemos que, en la mayoría de los países, el ministro de *Defensa* es el encargado de atacar a las demás naciones y que el ministro de *Trabajo* capitanea la fila de desempleados. En Camerún, el ministro de *Turismo* practica esa noble tradición: su trabajo es intentar que los turistas desistan de entrar a su país.

Un colega me había advertido de que la embajada camerunesa en Londres iba a ponerme tantos obstáculos que tendría que ir a París para obtener mi visado de turista. Finalmente, no tuve tantos problemas, porque tenía un contacto interno: un amigo de Camerún pagó el equivalente al sueldo de media jornada laboral y me consiguió un sello oficial de entrada. Provisto de este sello oficial, pagué otros cinco días de la jornada laboral de un camerunés para obtener el visado, en lo que fue un proceso que exigió tres viajes a la embajada y cier-

to grado de humillación. Da la casualidad de que ni mis compañeros ni yo nos encontramos con muchos turistas durante las tres semanas que estuvimos en Camerún.

Sin embargo, no quiero darle demasiado crédito al ministro de Turismo. Desalentar la entrada de turistas es un verdadero trabajo de equipo. De acuerdo con la organización Transparencia Internacional, Camerún es uno de los países más corruptos del mundo. En 1999, fue el país sondeado con mayor nivel de corrupción. Cuando lo visité en el año 2001, era el quinto país más corrupto (una mejora que había sido muy celebrada por el Gobierno). Un momento de reflexión debería incluirnos que ganarse el título de «país más corrupto del mundo» exige cierto esfuerzo. Ya que Transparencia Internacional clasifica a los países sobre la base del nivel de corrupción percibido internacionalmente, una estrategia ganadora para lograrlo es concentrarse en sacarles sobornos a los empresarios extranjeros que se encuentran, por ejemplo, en el aeropuerto. Sin embargo, las autoridades camerunesas se han dispersado demasiado, pues Camerún es extremadamente corrupto a todos los niveles y no sólo se dedica a los extranjeros. Tal vez sea esta falta de un eje central el causante de que se cayera de la cima del ránking.

Esto no quiere decir que el aeropuerto internacional de Douala funcione como una máquina bien engrasada. Lejos está de ser así: es un lugar caótico y húmedo, donde es necesario abrirse camino a la fuerza en medio de una muchedumbre compacta, a pesar de que el lugar sólo opera con tres o cuatro vuelos diarios. Afortunadamente, en una tarde tórrida, fuimos guiados hacia la salida por mi amigo Andrew y su chófer, Sam, quien nos hubiera llevado prontamente a Buea, una ciudad más fresca sobre la ladera de una colina, si Douala permitiera de algún modo el traslado rápido a cualquier lugar. No es así. Douala, una ciudad de dos millones de habitantes, no tiene verdaderas vías de circulación.

Una calle típica en Douala tiene alrededor de cuarenta y cinco metros de ancho, de una casucha a la otra. Y no es que se requiera ese espacio para un bulevar con árboles, sino que las calles están atestadas de vendedores callejeros, sentados con el cuerpo encorvado, detrás de una bandeja de cacahuets o de una improvisada barbacoa de plátanos, y llenas de pequeños grupos de personas que permane-

cen de pie alrededor de una motocicleta o beben cerveza o vino de palmera, o cocinan algo sobre una pequeña fogata. Las pilas de escombros y los inmensos agujeros indican que allí se encuentra una obra en construcción o un trabajo de demolición sin terminar. A lo largo del centro de la calle hay una hilera de baches, en lo que veinte años atrás había sido un camino. Por esa arteria de salida circulan cuatro hileras de tráfico, compuestas mayormente por taxis. Las filas exteriores generalmente están integradas por taxis inmóviles, o casi inmóviles, que se dedican a recoger pasajeros, mientras que los taxis de las filas interiores zigzaguean esquivando los baches y a otros coches, con la misma imprevisibilidad que las bolas en un bombo de lotería. No hay reglas rígidas ni fijadas. Algunas veces, un taxi que circula por el arcén, con exceso de pasajeros, da un bandazo y se arroja al tráfico en el interior, que circula a trompicones, pues a menudo la carretera tiene más baches que el arcén. El ruido es tremendo, no sólo porque parece que en Douala cada hombre, mujer o niño lleva un radiocasete portátil con el volumen al máximo, sino porque el claxon del coche se ha convertido en un instrumento de comunicación universal. He aquí algunas de las frases más comunes que descubrí:

Piiii: «No me ves, pero tengo asientos libres en mi taxi».

Piiii: «Te veo, pero no tengo asientos libres en mi taxi».

Piiii: «No puedo llevarte, pues voy hacia otra dirección».

Piiii: «Puedo llevarte... ¡entra!».

Piiii: «Enseguida voy a dar un volantazo para esquivar un bache y te voy a pasar por encima. ¡Muéveté!».

Douala solía tener autobuses, pero ya no pueden sobrellevar tan deterioradas vías. Por lo tanto, sólo quedan los taxis; y éstos son viejos y maltratados Toyotas, que llevan cuatro pasajeros en la parte de atrás y tres en la de adelante. Están pintados del amarillo de los taxis de Nueva York y cada uno de ellos cuenta con un original eslogan, por ejemplo: «Dios es grandioso», «En Dios confiamos», «Dios me da energía», u «Hombre del Señor».

Nadie que contemple el espectáculo de las calles de Douala puede llegar a concluir que Camerún es pobre debido a la falta de espíritu emprendedor. Sin embargo, es pobre y cada vez se vuelve más pobre. ¿Hay algo que pueda hacerse para trastocar el deterioro de ese

país y ayudar a que, en cambio, se transforme en un país más rico? No es una pregunta sencilla. Como lo expresó Robert Lucas, ganador del Premio Nobel:

Las consecuencias que, para el bienestar de la humanidad, entrañan preguntas como ésta son sorprendentes: una vez que uno comienza a pensar en ellas, es difícil concentrarse en cualquier otra cosa.

La pieza que falta en el rompecabezas

Los economistas solían creer que el bienestar económico surgía de una combinación de «recursos generados por el hombre» (caminos, fábricas, máquinas, sistemas telefónicos), de «recursos humanos» (esfuerzo bajo y educación) y de «recursos tecnológicos» (conocimientos y experiencia o sencillamente maquinarias de alta tecnología). Entonces, como es obvio, al invertir su dinero en recursos físicos y mejorar los recursos humanos y tecnológicos, por medio de la educación y de los programas de transferencia tecnológica, los países pobres se convirtieron en países ricos.

¿Qué tiene de malo este cuadro? Hasta aquí, nada. La educación, las fábricas, la infraestructura y el conocimiento técnico, en verdad, abundan en los países ricos y escasean gravemente en los países pobres. Sin embargo, este cuadro está incompleto: es un rompecabezas al que le falta la pieza más importante.

La primera pista de que algo falla en la descripción tradicional de los hechos es la idea implícita de que los países pobres deberían haberse puesto al nivel de los países ricos alrededor del último siglo, y que cuanto más lejos están de hacerlo, más rápido deberían lograrlo. Los países pobres deberían alcanzar con rapidez a los países ricos debido a que en un país con muy poca infraestructura o educación, las nuevas inversiones producen las recompensas mayores. Los países ricos no obtienen mucho beneficio de una mayor inversión: a esto se le llama «rendimientos decrecientes». Por ejemplo, unas pocas carreteras en un país pobre pueden abrir nuevas áreas para el comercio; en un país rico, unas pocas carreteras más sólo alivian un poco la congestión viaria. Los primeros teléfonos en un país pobre tienen gran impor-

tancia; en un país rico, los teléfonos son usados por los niños en edad escolar durante las clases para enviarse mensajes de texto. Un poco más de educación en un país pobre puede marcar completamente la diferencia; en un país rico, quienes poseen título universitario a menudo no encuentran trabajo. Y, por supuesto, debería ser mucho más sencillo para un país pobre copiar la tecnología existente que para un país rico inventarla: los ciudadanos de Douala pueden disfrutar de los taxis sin tener que esperar que un Gottlieb Daimler camerunés reinvente el motor de combustión interna.

Cuando observas lugares como Taiwán, Corea del Sur o China, que han duplicado su renta en tan sólo una década, o más rápido aún, esta teoría de la «igualación rápida» —*catch-up*— parece razonable. No obstante, hay muchos países pobres que no están creciendo a mayor velocidad que los ricos; de hecho, están creciendo más despacio o incluso, como es el caso de Camerún, se están haciendo cada vez más pobres. Con el fin de enmendar la descripción tradicional de los hechos, los economistas combinaron el modelo de los «rendimientos decrecientes» con otro modelo que tiene en cuenta además el de los «rendimientos crecientes». Esta nueva teoría afirma que, a veces, cuanto más tienes, más rápido creces: los teléfonos sirven si otras personas también los tienen; las carreteras son útiles si todos tienen coche; es más sencillo inventar nueva tecnología si ya has inventado con frecuencia otras en el pasado.

Esta nueva interpretación de los hechos explicaría la razón por la cual los países ricos siguen siendo ricos y los países pobres cada vez se retrasan más, pero no explica cómo es posible que lugares como China, Taiwán y Corea del Sur —sin mencionar a Botswana, Chile, India, Mauricio y Singapur— estén avanzando en ese camino de igualación. Estos dinámicos territorios, y no Japón, Estados Unidos o Suiza, se han convertido en las economías con el crecimiento más veloz del planeta. Cincuenta años atrás, estaban sumidos en la pobreza —sin recursos generados por el hombre, ni humanos, ni técnicos y, a veces, ni siquiera recursos naturales—, pero desde entonces se han vuelto mucho más ricos. Por el camino han mejorado en educación, tecnología e infraestructura.

¿Y por qué no habría de ser así? Ya que la tecnología está tan ampliamente disponible y es cada vez más barata, ese comportamiento es el

que los economistas realmente deberían prever para cada uno de los países en desarrollo. En un mundo de rendimientos decrecientes, los países más pobres obtienen el mayor beneficio de las nuevas tecnologías, la infraestructura y la educación. Corea del Sur, por ejemplo, adquirió la tecnología al fomentar la inversión de empresas extranjeras o al pagar las licencias de explotación de diversas patentes. No fue gratis: además de pagar las licencias, las ganancias generadas por las empresas inversoras eran enviadas de vuelta a su país de origen. Con todo, las ganancias para los trabajadores y los inversores coreanos, en términos de crecimiento económico, fueron cincuenta veces superiores al importe de las licencias y al total de las ganancias que salieron del país.

En cuanto a la educación y a la infraestructura, como los rendimientos parecen ser muy altos, no deberían escasear los inversores desosos de financiar proyectos de infraestructura o de prestarles dinero a los estudiantes o a los propios Estados que brindan educación gratuita. Los bancos, tanto nacionales como extranjeros, deberían estar haciendo cola para prestar dinero para la educación de los ciudadanos o la construcción de una nueva carretera o de una nueva central eléctrica. A su vez, los pobres, o los países pobres, deberían sentirse felices por poder recibir dichos créditos y confiar en que el rendimiento de las inversiones sea tan alto que no será difícil su amortización. Aun si por algún motivo esto no ocurriera así, el Banco Mundial, fundado tras la Segunda Guerra Mundial con el fin expreso de suministrar créditos para la reconstrucción y desarrollo de los países, presta miles de millones de dólares cada año a los países en vías de desarrollo. Claramente, el problema no es la falta de dinero para inversiones: o no se están llevando a cabo las inversiones o éstas no están generando los rendimientos previstos por los modelos tradicionales.

Hasta el modelo de los «rendimientos crecientes» sugiere que para los países pobres debería ser posible enriquecerse, siempre y cuando puedan hacer, de una sola vez, muchas inversiones complementarias —como, por ejemplo, fábricas, carreteras, tendidos eléctricos y puertos—, para de este modo permitir la producción y exportación de los productos. Esta teoría del «fuerte impulso» —*big push*— de las inversiones fue propuesta por el economista Paul Rosenstein-Rodan, que pasó algún tiempo en los primeros años de existencia del Banco Mun-

dial. Ya sea a través de un fuerte impulso o cualquier otro medio, muchos países pobres han logrado crecer rápidamente en las últimas décadas; así pues, ¿por qué se han quedado atrás tantos otros?

Una teoría sobre el bandidaje gubernamental

Mientras nuestro coche rebotaba lentamente y daba bandazos por entre la muchedumbre, traté de entender todo esto preguntándole a Sam, el conductor, acerca de Camerún.

—Sam, ¿cuándo fue la última vez que arreglaron las carreteras?

—Las carreteras llevan sin arreglar diecinueve años. (El presidente Paul Biya llegó al poder en noviembre del año 1982 y, para cuando visité Camerún, llevaba ya diecinueve años en el cargo. Cuatro años más tarde, en el año 2005, todavía sigue en el poder. Hace poco describió a sus oponentes como «aficionados políticos». Sin duda, les falta práctica.)

—¿La gente no se queja de las carreteras?

—Se queja, pero no se hace nada. El Gobierno nos dice que no hay dinero, pero hay mucho dinero. Viene del Banco Central, de Francia, de Gran Bretaña y de Estados Unidos, pero se lo guardan en el bolsillo y no lo gastan en carreteras.

—¿Se celebran elecciones en Camerún?

—¡Sí! Hay elecciones. El presidente Biya siempre es reelegido con una mayoría del noventa por ciento.

—¿El noventa por ciento de las personas vota al presidente Biya?

—No, no es así. Es muy impopular, pero incluso así sale una mayoría del noventa por ciento.

No hace falta que te quedes demasiado tiempo en Camerún para que descubras cuán resentida está la gente con el Gobierno. Gran parte de las actividades gubernamentales parecen estar diseñadas expresamente para robarles el dinero a los cameruneses. Me advertieron de una forma tan cruda sobre la corrupción gubernamental y la posibilidad de que los funcionarios del aeropuerto trataran de quitarme el montón de francos que llevaba conmigo que estaba más nervioso por eso que por el riesgo de contraer malaria o de que me atraccaran a punta de pistola en las callejuelas de Douala.

Muchas personas tienen una visión optimista acerca de los políticos y los funcionarios públicos: piensan que todos están al servicio del pueblo y que hacen lo que es mejor para los intereses del país. Otros son más cínicos y sugieren que muchos políticos son incompetentes y que, con frecuencia, sacrifican el interés público en aras de sus propias oportunidades de ser reelegidos.

Un economista llamado Mancur Olson propuso un supuesto de trabajo según el cual las motivaciones de los Gobiernos son más turbias todavía y elaboró una notable y sencilla teoría sobre las razones por las cuales una dictadura estable debería ser peor para el crecimiento económico que una democracia, aunque mejor que una anarquía. Olson suponía que los Gobiernos eran simplemente bandidos: gente con las armas más grandes y que siempre aparecen y se llevan todo. Ése es el punto de partida de su análisis, que no tendrás problemas en aceptar si, estando en Camerún, dedicas cinco minutos a observar a tu alrededor. Como dijo Sam, «hay mucho dinero... pero se lo guardan en el bolsillo».

Así pues, imagínate a un dictador cuyo mandato dura una semana: sin duda, un bandido con un ejército errante que entra arrasando todo lo que desea y luego se va. Suponiendo que no sea ni malévolo ni bondadoso, sino que sólo sea egoísta, ¿qué incentivo tiene para dejar algo? La respuesta es que no tiene ninguno... a menos que planee volver al año siguiente.

En cambio, imagínate que a este bandido nómada le agrada el clima de un cierto lugar y decide establecerse, construyendo un palacio y animando a su ejército a que se aproveche de los residentes de ese lugar. Aunque es terriblemente injusto, es probable que los residentes estén mucho mejor ahora que el dictador ha decidido quedarse. Un dictador puramente egoísta se dará cuenta de que no puede destruir la economía de ese lugar ni matar de hambre a su gente si planea quedarse allí, pues de esa forma agotaría todos los recursos disponibles y no tendría nada para robar al año siguiente. Por lo tanto, es preferible un dictador que reclame su derecho a poseer una determinada tierra a uno que se mueve constantemente en busca de nuevas víctimas a quien robar.

Aunque pueda parecer que no guarda ninguna relación, la biología ofrece aquí un arquetipo muy útil para el economista político: los

virus y las bacterias tienden a ser mucho menos virulentos con el transcurso del tiempo, pues las cepas más dañinas mueren rápidamente. Cuando por primera vez se registró un caso de sífilis en Europa, a finales del siglo XV, se la describió como una enfermedad extremadamente agresiva que mataba con rapidez a quien la padecía. Ésta no es una atroz estrategia exitosa: es mucho mejor ser un virus que perimita la supervivencia de las víctimas a las que ataca, por lo menos por un corto tiempo, y de ese modo propagar la enfermedad. Por lo tanto, las cepas mutantes de la sífilis que mataban a sus víctimas con mucha menos rapidez resultaron ser mucho más «exitosas» y duraderas que las cepas más virulentas.

Ciertamente, la idea de la evolución de las enfermedades se quedó grabada en mi mente mientras pensaba en el presidente Biya. No puedo confirmar que se adecua a la descripción del dictador egoísta propuesta por Olson; pero, si lo fuera, no le convendría quitarle demasiado a los cameruneses, pues no quedaría nada que robarles al año siguiente. Mientras se sienta seguro en su puesto, no querrá matar a la gallina de los huevos de oro. Al igual que una enfermedad cuya existencia depende de los cuerpos a los que afecta, Biya debería haber mantenido a la economía camerunesa en funcionamiento, para así poder seguir robando. Esta idea sugiere que un líder que espera, con seguridad, estar en el poder durante veinte años hará más por revitalizar la economía que uno que espera dejar el país tras veinte semanas. Probablemente, sean mejores veinte años de un «dictador elegido» que veinte años de golpes de Estado uno tras otro. ¡Larga vida al presidente Biya!

Esto no quiere decir que la teoría de Mancur Olson prediga que los dictadores estables vayan a hacer cosas buenas por su país, sino que sencillamente van a perjudicar menos a la economía que los inestables. No obstante, los líderes como Biya, que confían en que siempre ganarán las elecciones, son muy perjudiciales para el pueblo y la economía de esos países. Siguiendo con el supuesto simplificador de que Biya posee el control absoluto sobre la distribución de la renta en Camerún, aquél podría decidir todos los años robar, digamos, la mitad de ella, en forma de «impuesto» que vaya directamente a su cuenta bancaria. Algo así sería muy perjudicial para las víctimas de ese comportamiento, pero también para el crecimiento a largo plazo de Came-

rún. Piensa en un pequeño empresario que está considerando invertir 1.000 dólares en un nuevo generador eléctrico para su taller. Espera que esa inversión le genere unos rendimientos de 100 dólares anuales. Eso representa un 10 por ciento de la inversión, un rendimiento bastante bueno. Sin embargo, como Biya podría llevarse la mitad de ello, el rendimiento cae a un mucho menos atractivo 5 por ciento. El empresario decide, después de todo, no hacer la inversión y pierde esa oportunidad: al igual que lo hace Biya. Éste es un ejemplo de un caso extremo del fenómeno que descubrimos en el capítulo tres: los impuestos generan ineficiencia. Los impuestos de Biya son más arbitrarios y altos, pero el efecto fundamental sobre la economía es de similar naturaleza.

Evidentemente, Biya podría realizar sus propias inversiones; por ejemplo, para fomentar el comercio podría proveer de caminos y de puentes al país. Si bien esto tendría un costo elevado a corto plazo, ayudaría a la economía a prosperar y le aseguraría a Biya nuevas oportunidades para robar en el futuro. Sin embargo, la misma otra cara de la moneda se aplicaría aquí: Biya estaría robando únicamente la mitad de los beneficios, es decir, no lo suficiente como para alentar lo a suministrar la infraestructura que Camerún requiere. Cuando Biya llegó al poder en 1982, heredó las carreteras de la época colonial que todavía no se habían desmoronado completamente. Si hubiese heredado un país sin ninguna infraestructura, le habría convenido generarla hasta cierto grado; pero como dicha infraestructura ya estaba creada, Biya debió calcular si valía la pena tratar de conservarla o si, sencillamente, podía vivir a costa del legado del pasado. Es probable que en 1982 pensara que los caminos se mantendrían hasta 1990, que era el plazo más largo de tiempo razonable que esperaba mantener las riendas del poder. Así que decidió vivir a expensas del capital del pasado y jamás se preocupó por invertir en ningún tipo de infraestructura para su pueblo. Mientras fuera suficiente lo que ya existía hasta que transcurriese su mandato, ¿por qué iba a molestarse en gastar un dinero que, en caso contrario, podía ir directamente a su personal fondo de pensiones?

¿Estoy siendo injusto con el presidente Biya? Quizá un poco. En las elecciones del año 2004, que se llevaron a cabo después de mi visita a Camerún, Biya obtuvo el 75 por ciento de los votos, en una elección

que para muchos observadores fue, por lo menos, moderadamente limitada. De acuerdo con la teoría de Olson, un líder que necesite obtener un apoyo a sus políticas mucho más amplio deberá gastar más ingresos del Gobierno en bienes y servicios generadores de riqueza, como carreteras y tribunales, y menos para su propio provecho o el de sus *compadres*. El hecho de que Biya no haya cumplido con eso, pero siga en su puesto, despierta dos inquietudes. La primera: ¿es posible que las elecciones no fueran tan democráticas como concluyeron algunos observadores?; y la segunda: ¿podría Biya suministrar bienes y servicios creadores de riqueza que ayudaran a la creación de riquezas si así lo quisiera?

Bandidos, bandidos por todas partes

Tal vez Biya no tenga tanto control como pareciera en principio. Si quieres viajar de la ciudad de Buea a Bamenda, más al norte, la forma más común de hacerlo es en autobús; los microbuses recorren todas las rutas de larga distancia de Camerún. Si bien está diseñado para que diez personas viajen cómodamente sentadas, el microbús partirá en cuanto hayan subido y pagado sus billetes trece pasajeros. Vale la pena luchar por obtener el relativamente espacioso asiento que se encuentra al lado del conductor. Estos vehículos son viejos cacharros, pero el sistema funciona bastante bien.

Funcionaría muchísimo mejor si no fuera por la maligna influencia del Gobierno. A veces, el problema es, simplemente, negligencia. Por ejemplo, la ruta más rápida para ir de Buea a Bamenda, aunque, desde luego, no la más directa, es atravesar la parte de Camerún de habla francesa, que tiene mejores caminos. Sólo hay que conducir dos horas hacia el este, dos hacia el norte y luego cuatro hacia el oeste. Es mucho más rápido que dirigirse directamente hacia el norte por los espantosos caminos de la región de habla inglesa del país. El Gobierno de Biya tiende a ignorar los intereses de las, políticamente carentes de poder, regiones de habla inglesa. Esta minoría se queja de que cuando los donantes financiaron la construcción de la carretera de circunvalación del país, el Gobierno sólo les envió los recibos, pero nunca se preocupó de construir la parte inglesa.

El segundo obstáculo, literalmente hablando, lo constituyen los múltiples controles policiales de carretera. Intimidantes gendarmes, a menudo ebrios, paran a todos los microbuses y hacen todo lo que pueden por sobornar a los pasajeros. Por lo general, no lo logran pero, de cuando en cuando, se empeñan en conseguirlo. En una ocasión, a mi amigo Andrew lo arrastraron fuera del autobús y lo hostigaron durante varias horas. En ese momento, el pretexto para sobornarlo era que mi amigo no poseía el certificado de «libre de fiebre amarilla», que se necesita para entrar al país, pero no para viajar en autobús dentro de él. Con paciencia, el gendarme le explicó que Cameroon debía protegerse de esa enfermedad. Finalmente, el precio de dos cervezas lo convencieron de que la epidemia había sido prevenida y Andrew tomó el autobús siguiente, tres horas más tarde.

Esta situación es aun menos eficiente que la prevista por el modelo de Mancur Olson y él mismo hubiese admitido que, hasta en su más cruda forma, su teoría subestima el daño que los malos gobiernos pueden causarle a su pueblo. El presidente Biya tiene que mantener felices a cientos de miles de policías armados y de oficiales del ejército, así como también a muchos funcionarios y demás seguidores. En una dictadura «perfecta», sólo establecería los impuestos que fueran menos perjudiciales, en la cantidad que fuera necesaria, y distribuiría lo recaudado entre sus seguidores. Esta forma de gobierno es impracticable porque requiere mucha más información y mucho más control sobre la economía de lo que puede lograr un Gobierno pobre. La forma sucedánea es una corrupción a gran escala y tolerada por el Gobierno.

No se trata sólo de que la corrupción sea injusta, sino que además es tremendamente derrochadora. Los gendarmes dedican su tiempo a hostigar a los pasajeros a cambio de modestas ganancias. Los costes son altísimos. Una fuerza policial entera está demasiado ocupada con el cobro de sobornos como para atrapar a los delincuentes. Un viaje de cuatro horas lleva cinco. Quienes viajan deberán adoptar costosas medidas para protegerse: llevar menos dinero consigo, viajar con menor frecuencia o en horas más concurridas del día, llevar documentación de más, con el fin de poder defenderse de los intentos de soborno.

Los sinvergüenzas de los oficiales de la policía que bloquean las rutas constituyen una forma de corrupción especialmente ostensible, pero existen bloqueos metafóricos en toda la economía camerunesa. El Banco Mundial arrojó luz sobre este tema cuando, poco tiempo atrás, comenzó a recopilar información sobre las regulaciones de los negocios comunes y corrientes. Y descubrió que para poder abrir un pequeño negocio en Camerún, un empresario debía gastar en concepto de tasas oficiales casi tanto como lo que ganaba un camerunés medio en dos años. (La suma de dinero que tuve que gastar para conseguir mi visa de turista empalidece si la comparamos con eso.) Comprar o vender un inmueble cuesta casi una quinta parte del valor de la propiedad. Llegar a los tribunales para que éstos obliguen al abono de una factura impagada lleva casi dos años, cuesta más de un tercio del valor de la factura y requiere cincuenta y ocho trámites por separado. Estas ridículas normas son muy beneficiosas para los burócratas que las hacen cumplir, ya que cada trámite representa una oportunidad para obtener un soborno. Cuanto más lento sea el proceso ordinario, mayor es la tentación de pagar una suma de dinero para acelerarlo. En consecuencia, el presidente Biya disfruta del apoyo de un suficiente número de funcionarios como para mantenerse en el poder.

Aunque ésta no es la única consecuencia. Las rígidas leyes laborales ayudan a garantizar que solamente hombres profesionales y con experiencia obtengan contratos formales, mientras que las mujeres y los jóvenes deban arreglárselas solos en el mercado negro. El papeleo burocrático desalienta la creación de nuevos negocios. Como los tribunales son lentos, los empresarios se ven forzados a rechazar atractivas oportunidades de comerciar con nuevos clientes, porque saben que si son engañados no podrán protegerse. Los peores ejemplos de normas de este tipo son brindados por los países pobres y ésa es una de las principales razones por las cuales son pobres. Por lo general, los Gobiernos de los países ricos llevan a cabo sus principales tareas burocráticas de forma rápida y económica, mientras que los Gobiernos de los países pobres alargan los procesos con la esperanza de llevar a su propio bolsillo un poco de dinero extra.

Las instituciones importan

El bandidaje gubernamental, la decadencia generalizada y las opresivas regulaciones que son diseñadas con el fin de facilitar los sobornos son los elementos que conforman esa pieza que falta en el puzle del crecimiento y del desarrollo. Durante los últimos diez años, aproximadamente, los economistas que se dedican a los temas relacionados con el desarrollo han coincidido con el «mantra» siguiente: «Las instituciones importan». Por supuesto que es difícil definir qué es una «institución», en realidad; y es más difícil aún transformar una mala institución en una buena.

Sin embargo, se están haciendo progresos. La teoría del bandidaje gubernamental propuesta por Mancur Olson nos ayuda a entender, de una forma simplificada, el modo en que los distintos tipos de gobierno pueden afectar los incentivos de todos los habitantes de un país, aunque nos dice muy poco acerca de cómo podemos hacer para que las cosas mejoren.

Las mediciones que el Banco Mundial realiza sobre los trámites burocráticos nos proporcionan una excelente idea sobre el estado en que se encuentra un tipo de institución: las regulaciones de los negocios comunes y corrientes. Ese estudio también muestra el modo en que la simple publicidad puede mejorar algunas de esas instituciones. Por ejemplo, después de que el Banco Mundial hiciera público el hecho de que los empresarios en Etiopía no podían iniciar legalmente un negocio sin pagar el equivalente a cuatro años de salario para publicar un aviso oficial en los diarios oficiales, el Gobierno etíope cesó en esa práctica y decidió abolir esa normativa. El registro de nuevos negocios creció de inmediato hasta alcanzar casi el 50 por ciento del existente.

Desafortunadamente, no siempre es tan fácil hacer que los Gobiernos corruptos cambien sus métodos. Aunque resulta cada vez más evidente que las instituciones disfuncionales constituyen la explicación fundamental de la pobreza en los países en vías de desarrollo, la mayoría de las instituciones no pueden ser descritas a través de un modelo tan elegante como el de Mancur Olson, ni siquiera con la cuidadosa recopilación de la información por parte del Banco Mundial. La mayoría de las desafortunadas instituciones son desafortunadas a su propia manera.

La peor biblioteca del mundo

Justamente uno de esos peculiares sistemas institucionales fallidos fue responsable de la construcción de la peor biblioteca del mundo. Pocos días después de haber llegado a Camerún, visité uno de los colegios privados más prestigiosos de ese país, el equivalente en Camerún a Eton. El colegio no se encuentra muy lejos de la ciudad de Bamenda. La propiedad era una mezcla de lo conocido con lo extraño: las aulas, que eran de techos bajos y que estaban construidas con materiales de mala calidad, rodeaban los campos de juego deportivos y me recordaban bastante a mi viejo colegio en Inglaterra; pero no así la arbolada avenida, con un adoquinado de locura (Tim Burton se funde con *Nacida libre*), a lo largo de la cual vivían todos los profesores.

La biblioteca nos estaba enseñando la escuela. Se trataba de una voluntaria que trabajaba para la Organización de Servicios Voluntarios (VSO, Voluntary Service Overseas), una organización de trabajadores voluntarios con base en Gran Bretaña, cuyo objetivo es enviar voluntarios cualificados a aquellos lugares de los países pobres donde más se los necesita. La escuela mostraba con orgullo dos bibliotecas dispuestas en edificios separados; sin embargo, la biblioteca estaba de lo más insatisfecha (y pronto entendí el porqué de su actitud).

A primera vista, la biblioteca era muy impresionante. A excepción de la palaciega residencia de la directora, era la única estructura de los plantíos del campus. Su diseño era atrevido: parecía el edificio de la Ópera de Sydney de los pobres. Las dos pendientes del techo, en lugar de descender desde un caballete central, se alzaban en forma de V desde un valle, como las páginas de un libro abierto sobre un atril.

A pesar de su creativo diseño, estoy seguro de que mi recuerdo de esa espectacular biblioteca nueva permanecerá mucho más tiempo que el propio edificio. De pie bajo el abrasador sol de la estación seca de Camerún, es difícil darse cuenta de cuál es el inconveniente que tiene un techo que se parece a un gigantesco libro abierto; pero el problema es haberse olvidado, como aparentemente lo hizo el arquitecto, de que Camerún también tiene una estación lluviosa. Cuando en Camerún llueve, lo hace durante cinco meses enteros y con tanta fuerza que hasta los canales de desagüe más grandes se desbordan rápida-

mente. Cuando una lluvia de este tipo se topa con un techo que no posee demasiados canalones, sino que él mismo es, esencialmente, un canalón que desagua hacia el techo plano del hall de entrada, entonces te das cuenta de que es momento de cubrir con un plástico tu colección de libros.

La única razón por la cual todavía existían los libros del colegio era porque nunca habían estado ni siquiera cerca del nuevo edificio. A pesar de las reiteradas peticiones de la directora para que la biblioteca los sacara de la vieja biblioteca, ésta se había negado. Cuando entré en la nueva biblioteca para ver el grado de deterioro en el que se hallaba, me sentí tentado a concluir que la directora se hallaba en una fase avanzada de negación de la realidad. Estaba en ruinas. El piso tenía innumerables marcas de charcos. El aire tenía ese olor mohoso que asocio con las húmedas cuevas europeas y no con un edificio moderno en el Ecuador terrestre. El enlucido de las paredes se estaba desprendiendo como si se tratara de un fresco bizantino de hace mil años, aunque se trataba de una biblioteca de apenas cuatro años.

Esto es una escandalosa dilapidación de los recursos. En lugar de construir la biblioteca, el colegio podría haber comprado cuarenta mil buenos libros u ordenadores con acceso a Internet o podría haber otorgado becas escolares para los niños pobres. Cualquiera de esas alternativas hubiera sido incomparablemente mejor que una biblioteca nueva inutilizable. Esto, dejando al margen el hecho de que el colegio no necesitaba con carácter prioritario una nueva biblioteca, pues la antigua funcionaba perfectamente bien y podía alojar con facilidad tres veces más libros de los que la escuela poseía y era a prueba de agua.

El hecho de que la biblioteca fuera innecesaria explica, hasta cierto punto, su deficiente diseño. Después de todo, nadie le presta demasiada atención a la funcionalidad de un edificio cuya finalidad es redundante; pero si la biblioteca suponía un esfuerzo tan inútil, ¿por qué iban a construirla?

A menudo se le atribuye a Napoleón la siguiente afirmación: «Nunca debe atribuirse a la conspiración lo que bien podría explicarse por la incompetencia». Ésa es la respuesta que surge espontáneamente: la incompetencia es fácilmente un chivo expiatorio. Es muy tentador para quien visita Camerún encogerse de hombros y justificar la pobreza de

ese país dando por hecho que todos los cameruneses son idiotas. La biblioteca parece ser una buena prueba de ello, pero los cameruneses no son ni más inteligentes ni más estúpidos que el resto de nosotros. Hay tantos errores aparentemente torpes en Camerún que la incompetencia no puede ser la explicación adecuada que estamos buscando. Hay algo más sistemático de por medio que eso. Una vez más, debemos tener en cuenta los incentivos de quienes toman las decisiones.

En primer lugar, los funcionarios de mayor rango en el área de educación en el noroeste de Camerún provienen de una pequeña ciudad llamada Bafut. Estos funcionarios, conocidos como la «mafia de Bafut», controlan una parte considerable de los fondos destinados al sistema educativo y lo gastan en función de sus contactos personales, no de las necesidades reales. No es sorprendente que la directora de este prestigioso colegio privada fuera un alto miembro de la «mafia de Bafut». Como su intención era convertir su colegio en una universidad, necesitaba construir una biblioteca que tuviera la dimensión y la calidad adecuadas para dicho fin. Para la directora era irrelevante que la biblioteca ya existente fuera más que suficiente o que el dinero de los contribuyentes pudiera usarse de otro modo o en otros colegios.

En segundo lugar, nadie controlaba a la directora ni la forma en que gastaba el dinero. A los empleados del sistema educativo no se les paga ni se los asciende en función de sus méritos, sino, exclusivamente, por decisión de los directores. Éste es un colegio prestigioso, que ofrece buenas condiciones a los maestros; por lo tanto, todos ellos estaban muy interesados en conservar sus puestos de trabajo, lo cual significaba mantener buenas relaciones con la directora. De hecho, la única persona capaz de desafiarla era la bibliotecaria, quien respondía sólo ante la oficina principal de la VSO en Londres. Había llegado a la escuela después de que la biblioteca fuera construida, pero, por lo menos, pudo evitar que la colección de libros fuera trasladada desde la otra biblioteca y terminara destruida. O la directora era tan estúpida que no se daba cuenta de que el agua estropea los libros o no estaba demasiado interesada en ellos y simplemente quería demostrar que la biblioteca contaba con algunos ejemplares. La segunda explicación parece más probable.

Con el dinero a su entera disposición y sin que nadie le objetara la inutilidad de construir una segunda biblioteca, la directora tenía pleno control del proyecto. Nombró a un ex alumno del colegio para que la diseñara, probablemente con la intención de demostrar la calidad de la educación allí impartida; sí logró probar algo, aunque tal vez no lo que ella pretendía. No obstante, más allá de la incompetencia del arquitecto, los defectos del diseño habrían sido detectados si alguno de aquellos a quienes incumbía hubiera estado realmente interesado en asegurarse de que la biblioteca funcionara como tal; sin embargo, ése nunca fue el interés principal de ninguno de los que tenían autoridad en el caso. Quienes estaban a cargo del proyecto sólo estaban interesados en construir «algo» que habilitase al colegio como universidad.

Evalúa la situación: dinero que era suministrado en función de las redes de conexiones sociales y no de las necesidades reales; un proyecto diseñado para alcanzar cierto prestigio en vez de para ser utilizado; una ausencia de control y de responsabilidad; y un arquitecto nombrado con fines ostentosos y por alguien a quien le importaba muy poco la calidad del trabajo. El resultado no es muy sorprendente: un proyecto que nunca debió haberse construido se construyó; y se construyó mal.

La moraleja de esta historia parecería ser que las personas egoístas y ambiciosas que se encuentran en el poder son, a menudo, la causa del desaprovechamiento de los recursos en los países en desarrollo; pero, en realidad, la verdad es un poco más desoladora: las personas egoístas y ambiciosas ocupan las posiciones de poder, ya sean éstas grandes o pequeñas, en todo el mundo. En muchos lugares están limitadas por la ley, la prensa y la oposición democrática. La tragedia de Camerún es que no existe nada que mantenga ese egoísmo bajo control.

La trama se hace más densa: los incentivos y el desarrollo en Nepal

El sistema educativo camerunés ofrece a sus administradores unos incentivos tan perversos que educar a los niños es la última cosa de la que sacan provecho y, de ese modo, lo último en lo que fijan su atención los funcionarios.

Existen otros proyectos de desarrollo en los que están involucradas inusuales redes de incentivos más sutiles que la anterior. La economista Elinor Ostrom descubrió un ejemplo de esos proyectos cuando estudió con detenimiento los intrincados diseños de los sistemas de irrigación de Nepal. Además de los antiguos sistemas de presas y canales, Nepal cuenta con algunas modernas estructuras de hormigón que fueron diseñadas por expertos ingenieros y financiadas con la donación de importantes organizaciones internacionales. ¿Cuál de ellos funciona mejor y por qué?

Cuando me enteré de la existencia de este estudio, pensé que podía adivinar la respuesta. La conclusión obvia es que lo mejor del diseño moderno, de los materiales y de la ingeniería, junto con una importante financiación, deberían producir un mejor sistema de irrigación que el que puede lograr un puñado de agricultores que utilizan barro y palos para construirlos, ¿no es cierto? Pues no.

Ahora sabemos un poco más al respecto. Sabemos que los grandes proyectos para la construcción de presas, a menudo, han sido pobremente ajustados a las condiciones locales, y que, en realidad, «lo pequeño es maravilloso»: los métodos autóctonos y el conocimiento tradicional, transmitido a lo largo de muchos años, de generación en generación, funcionan mucho mejor, ¿verdad? Pues, de nuevo, no.

Resulta que lo que realmente sucede en Nepal es muchísimo más interesante que cualquiera de estos supuestos excesivamente simplificados. Elinor Ostrom identificó una aparente paradoja. La primera parte de esa paradoja es que las presas modernas, que son diseñadas y construidas por profesionales, parecen reducir la efectividad de los sistemas de irrigación, pero la segunda parte es que cuando los donantes pagan para que se construyan los canales de irrigación o se los refuerce con materiales más modernos, logran fortalecer el sistema y hacen que éste suministre sin problemas más agua a más personas.

¿Por qué los donantes pueden suministrar canales de irrigación eficientes, pero no presas eficientes? Es obvio que sucede algo más sutil que el desgastador debate entre la pericia técnica moderna y la sabiduría tradicional. La verdad resulta mucho más evidente para quien trata de determinar cuáles son las motivaciones de todos los implicados.

Comencemos con la noción obvia de que cualquier proyecto tie-

ne más probabilidades de ser exitoso, si quienes se benefician de su éxito son los mismos que lo posibilitan. Eso explica de inmediato por qué los métodos de irrigación existentes podrían contar con una ventaja: no porque se encuentren repletos de la sabiduría popular (aunque es posible que sí, claro está), sino porque son diseñados, contruidos y mantenidos por los mismos agricultores que los utilizan. Por el contrario, las presas y canales modernos son diseñados por un grupo de ingenieros que no pasarán hambre si las estructuras no sirven; están a cargo de funcionarios públicos cuyos puestos de trabajo no dependen del éxito que tengan; y son pagados por funcionarios de organizaciones benéficas que tienen más probabilidades de ser juzgados por sus procedimientos que por los resultados que obtengan. De inmediato, comenzamos a descubrir por qué el uso de mejores materiales y de una financiación muy superior no necesariamente conduce al éxito.

Si analizamos este asunto con mayor detenimiento todavía, nos daremos cuenta de que deben realizarse tareas de mantenimiento en los sistemas de irrigación para que éstos puedan ser de alguna utilidad; pero ¿quién los mantendrá? Ni las organizaciones benéficas ni los funcionarios públicos están tan interesados en el mantenimiento como deberían. Los funcionarios públicos nepaleses son ascendidos, mayormente, en función de su antigüedad y también, en parte, por su participación en «prestigiosos» proyectos de construcción. El mantenimiento es un trabajo sin futuro, por más que resulte beneficioso para los agricultores. ¿Qué funcionario público querría controlar una tarea tan interminable, de tan poca trascendencia y tan lejos de Katmandú (donde su esposa va de compras y sus hijos asisten al colegio)? Además, los sobornos siempre representan una potencial fuente de ingresos para los funcionarios públicos y los grandes contratos de construcción ofrecen muchas más posibilidades de aceptar pagos ilegales que las que suministra el trabajo de mantenimiento.

Al igual que la Administración Pública, las organizaciones benéficas se desenvuelven dentro de un marco de trabajo que tiende a favorecer a los grandes proyectos de construcción. Todas estas organizaciones necesitan de proyectos costosos porque si no logran gastar el dinero que poseen, no podrán recaudar más dinero en el futuro. Ade-

más, muchas organizaciones bilaterales de ayuda, como es el caso de la United States Agency for International Development —USAID—, están condicionadas al empleo de unos tipos de ayuda procedentes del concreto país donde radican: USAID siempre tiene que utilizar maquinaria que haya sido comprada en Estados Unidos, que, por lo general, consiste en maquinaria pesada de alta tecnología. Como los bulldozers son mucho más útiles para la construcción de presas que para su mantenimiento, el resultado nuevamente se inclina a favor de los grandes proyectos de construcción. Aun cuando las organizaciones benéficas no tendieran a realizar grandes proyectos, igualmente deben confiar en la información que los trabajadores y asesores locales les suministran; y éstos, a menudo, tendrán los mismos incentivos que los miembros de la Administración Pública.

Todo esto comienza a explicar por qué quienes están a cargo de los proyectos de construcción no tienen tanto interés en construir sistemas que sean rentables y buenos, como sí lo tienen los agricultores. Sin embargo, no explica por qué las presas financiadas por medio de donaciones, en realidad, empeoran la situación, según lo descubrió Ostrom, ni tampoco explica por qué los canales de irrigación, también financiados por las donaciones, aparentemente funcionan sin problemas, a pesar de que los responsables de supervisar esos canales no les presten mucha atención. Para entender el porqué de todo esto, debemos pensar en los propios agricultores.

No es probable que nadie, salvo los propios agricultores, esté muy interesado en el mantenimiento de los sistemas de irrigación una vez que ya están contruidos. Puede que esto no ocasione ningún problema, pues antes de que se construyeran los principales sistemas de irrigación modernos, los agricultores debían ocuparse del mantenimiento de los sistemas tradicionales. Entonces, si podían ocuparse del mantenimiento de esos sistemas antiguos, ¿porqué no pueden también ocuparse de los modernos?

El mantenimiento en cuestión requiere que se lleven a cabo dos importantes tareas: asegurarse de que la presa se conserve en una sola pieza y liberar los canales de posibles obstrucciones. Esto representa muchísimo trabajo. Los agricultores no se molestarán en hacerlo, a menos que puedan beneficiarse, y esto genera un posible problema:

si bien todos los agricultores precisan que la presa se mantenga entera, quienes se encuentran cerca de ella no se preocupan demasiado por lo que sucede colina abajo con los canales de drenaje. Por lo tanto, ¿por qué querrían cuidar dichos canales? Afortunadamente, en Nepal, la mayoría de las comunidades de agricultores han diseñado un sistema de cooperación. Si bien los detalles entre unas y otras difieren, el principio general es que los agricultores colina abajo ayudan a mantener el buen estado de la presa a cambio de que se les ayude con los canales. Hasta aquí, todo bien.

Si un gran donante paga la instalación de nuevos canales de hormigón, entonces todo mejorará: los nuevos canales son de mejor calidad, llevan más agua y requieren menos mantenimiento; pero si un gran donante paga por una nueva presa, todo se desmorona. Y no porque la presa se venga abajo, sino todo lo contrario: como la presa de hormigón necesita mucho menos mantenimiento que la tradicional, el acuerdo de cooperación, que mantenía a flote a todo el sistema de irrigación, ya no funciona. El acuerdo tradicional se quiebra. Los agricultores colina arriba ya no van a ayudar a limpiar los canales a cambio de la colaboración de los agricultores colina abajo con la presa. Como los agricultores colina arriba ya no necesitan ayuda, los de colina abajo ya no tienen nada que ofrecerles para negociar un acuerdo.

Muchos de los sistemas de irrigación modernos de Nepal terminan en fracaso porque, aunque las propiedades técnicas del sistema pueden haber sido comprendidas y mejoradas, las propiedades humanas de dicho sistema no han sido consideradas en absoluto.

El ejemplo nepalés no es sino otra demostración de que si una sociedad no puede procurarse los incentivos adecuados para comportarse de un modo productivo, no habrá infraestructura técnica que pueda salvarla de la pobreza. A menudo, los proyectos de desarrollo están a cargo de quienes no están tan interesados en el éxito que éstos tengan como en los sobornos y las ventajitas profesionales que puedan brindarse. Si la efectividad del proyecto es una cuestión menor, entonces difícilmente puede sorprendernos que el proyecto no logre los objetivos que se anunciaron públicamente, aun cuando haya cumplido su

verdadero objetivo: enriquecer a los burócratas. Y aun si el proyecto se realizara con el objetivo de generar un desarrollo genuino, los sobornos y demás aberraciones probablemente lo arruinarían.

¿Existe una oportunidad para el desarrollo?

Los especialistas en desarrollo, a menudo, se concentran en ayudar a los países pobres a que se conviertan en países ricos por medio de la mejora de su educación primaria y de su infraestructura, como carreteras y teléfonos; y eso, sin duda, es algo muy sensato. Desafortunadamente, esto sólo representa una pequeña parte del problema. Los economistas que han dejado de lado las estadísticas o se han dedicado al estudio de información menos común, como, por ejemplo, los ingresos de un camerunés en Camerún y los de un camerunés que emigró a Estados Unidos, han descubierto que ni la educación, ni la infraestructura, ni las fábricas explican en lo más mínimo el abismo existente entre los ricos y los pobres. Debido a su pésima educación, Camerún tal vez sea dos veces más pobre de lo que podría ser. Debido a su espantosa infraestructura, es casi otras dos veces más pobre. Por lo tanto, sería esperable que fuera cuatro veces más pobre que Estados Unidos, pero en realidad es cincuenta veces más pobre. Pero, lo que es más importante aún: ¿por qué parece que los cameruneses no hacen nada al respecto? ¿No podrían las comunidades camerunesas mejorar sus escuelas? ¿Los beneficios de hacerlo no superarían fácilmente los costes? ¿No podrían los empresarios cameruneses construir fábricas, comprar patentes tecnológicas, buscar socios en el extranjero... y hacer una fortuna?

Evidentemente, no. Mancur Olson demostró que es la cleptomanía en las altas esferas la que detiene el crecimiento de los países pobres. Sin embargo, tener por presidente a un ladrón no significa necesariamente estar condenado al fracaso: ese presidente podría preferir activar la economía y entonces tomar una ración más grande de la tarta. Sin embargo, en términos generales, la práctica del saqueo se extenderá, ya sea porque el dictador no se siente seguro en su puesto, ya sea porque, para conservar el apoyo con el que cuenta, debe permitir que otros también roben.

Entonces, el desarrollo se trunca en la base de la pirámide de la riqueza, porque las reglas y leyes de la sociedad no fomentan ni los proyectos ni los negocios que favorecerían el bien común. Los empresarios no crean negocios de manera oficial (es demasiado difícil), y así no pagan impuestos; los funcionarios demandan proyectos ridículos en beneficio de su propio prestigio o de su enriquecimiento personal; los alumnos de primaria no se preocupan por conseguir una cualificación que vendrá irrelevante.

No es una novedad escuchar que la corrupción y los perversos incentivos son un factor importante, pero tal vez sí sea novedoso descubrir que el problema de las retorcidas leyes e instituciones explica no sólo una pequeña parte de la brecha entre Camerún y los países ricos, sino casi la totalidad de la misma. Los países como Camerún están muy por debajo de su propio potencial, aun si se tiene en cuenta la deficiente infraestructura, la baja inversión y la mínima educación. No obstante, mucho peor que eso es la red de corrupción que frustra todo intento de desarrollar la infraestructura, atraer la inversión y mejorar la calidad de la educación.

El sistema educativo de Camerún sería de mayor calidad si las personas tuvieran un incentivo para obtener una mejor educación, es decir, si la *meritocracia* reinara y fueran las buenas calificaciones y la verdadera cualificación —en vez de los contactos personales— las que determinarían la obtención de los puestos de trabajo. Camerún tendría una mejor tecnología y más fábricas abiertas si el clima de inversión fuera el correcto, tanto para los inversores extranjeros como para los nacionales, y si las ganancias no fueran devoradas por los sobornos y los trámites burocráticos.

La pequeña dosis de educación, tecnología e infraestructura que posee Camerún podría aprovecharse mucho mejor si la sociedad estuviera organizada para premiar las ideas buenas y productivas. Pero no es así.

Aun cuando todavía no contamos con una buena palabra que describa lo que en realidad falta en Camerún (y en los países pobres de todo el mundo), estamos empezando a entender de qué se trata. Alguno

nos lo llaman «capital social», o tal vez «confianza». Otros lo denominan «imperio de la ley» o «instituciones», pero éstos no son más que etiquetas. El problema es que Camerún, al igual que otros países pobres, es un mundo patas arriba, en el cual la mayoría de sus habitantes está interesada en hacer algo que directa o indirectamente dañe a los demás. Los incentivos para generar riqueza de cualquier modo que sea posible están tan completamente prendidos en sus cabezas como, seguramente, lo está el techo de la biblioteca de la escuela.

La podredumbre comienza con el Gobierno, pero afecta a la sociedad entera. No tiene sentido invertir en un negocio porque el Gobierno no lo protegerá contra los ladrones (así que bien podrías convertirte en ladrón). No tiene sentido pagar la factura del teléfono porque nadie puede llevarte ante la justicia (así que tampoco tiene sentido ser una empresa telefónica). No tiene sentido educarte porque los trabajos no son distribuidos en virtud de los méritos (y, aunque así fuera, no puedes pedir prestado dinero para pagar la educación privada, pues los bancos no conceden créditos y el Gobierno no posee buenas escuelas). No tiene sentido establecer un negocio importante, porque los funcionarios aduaneros serán los únicos que se beneficien (y por ello existe tan poco intercambio comercial, lo que, a su vez, hace que la oficina aduanera no consiga los fondos suficientes y, entonces, busque con más ahínco oportunidades para sobornar).

Ahora que comenzamos a entender la gran importancia que tiene todo este asunto, podemos empezar a arreglarlo. Sin embargo, como la naturaleza misma del problema es oponer resistencia a las soluciones, será un proceso lento y difícil. En general, no nos parece aceptable imponer por la fuerza la instauración de un sistema democrático y cuando así lo hacemos, la mayoría de las veces, éste no se prolonga. No nos gusta que la ayuda destinada al desarrollo se pierda en los trámites burocráticos, pero asegurarse de que el dinero sea bien gastado consume mucho tiempo.

Estos problemas no pueden solucionarse de la noche a la mañana, pero existen ciertas reformas sencillas que, con un mínimo de voluntad política, encaminarían a los países como Camerún en la dirección correcta. Una de esas reformas es reducir la burocracia; de este modo, los pequeños negocios podrían establecerse legalmente, lo

que facilitaría que los empresarios pudieran expandirse y solicitar dinero prestado. Las reformas legales precisas son, a menudo, de escasa entidad; y, aunque dependen igualmente de un Gobierno sensato y benevolente, basta con que un solo ministro ponga sus sentimientos y sus ideas a trabajar en la dirección correcta, en lugar de esperar que toda la Administración Pública se reforme para siempre.

Otra opción, y de vital importancia, es conseguir la ayuda de las economías mundiales. La estructura económica de la mayoría de los países pobres es pequeña. Toda la economía de África subsahariana es del tamaño de Bélgica. Un pequeño país africano, como lo es Chad, tiene una economía más pequeña que un suburbio de Washington, como Bethesda, y un sector bancario más pequeño que el banco cooperativo Federal Credit, que se creó para los empleados del Banco Mundial. Los países diminutos como Chad y Camerún no pueden autoabastecerse de ninguna manera: necesitan acceso a un combustible barato, a materias primas, a préstamos de bancos internacionales y a maquinaria para el sector industrial. Sin embargo, los cameruneses se encuentran atrapados detrás de unas elevadísimas barreras arancelarias (entre los aranceles más altos del mundo, superando el 60 por ciento del valor del producto importado). Tales barreras generan ingresos para el Gobierno y le permiten proteger los negocios de sus amigos o distribuir rentables licencias de importación. Un país pequeño no puede sobrevivir sin la ayuda de la economía mundial. Con ella, los países pobres prosperan. En el siguiente capítulo visitaremos uno de esos países y descubriremos de qué modo es posible lograrlo.

9

Cerveja, patatas fritas y globalización

Había una vez una próspera ciudad comercial llamada Brujas, ubicada junto al estuario Zwin en lo que hoy en día conocemos como Bélgica. Brujas creció alrededor de un castillo construido hacia finales del siglo IX por el fundador del Ducado de Flandes. Un siglo más tarde, Brujas era la capital de Flandes y comenzó a enriquecerse a medida que el comercio se expandía por el norte de Europa. Brujas era un centro de fabricación de telas, y los barcos navegaban por el río Zwin para comprar géneros, trayendo consigo queso, lana y minerales ingleses, vino español, pieles rusas, cerdo danés, y seda y especias del Este, comercializados a través de las poderosas ciudades italianas de Venecia y Génova. La reina de Francia visitó Brujas en 1301 y se dice que su comentario fue: «Pensé que sólo yo era reina, pero veo que tengo seiscientas rivales aquí».

La riqueza de Brujas continuó creciendo durante doscientos cincuenta años, a pesar de su conquista por los franceses y los duques de Borgoña. Sin reparar en quién estaba al mando, Brujas continuó prosperando: era el centro de gravedad de la Liga Hanseática de las ciudades comerciales, su panorama artístico florecía, desarrollaba nuevas industrias como el corte de diamantes de la India y su población doblaba la de Londres. Se comercializaban bienes de buena calidad de todo el mundo en la taberna que era propiedad de la familia de comerciantes Van der Beurs (algunos les harán creer que ésta es la razón por la cual hoy en día las bolsas de valores se denominan «bourses» en francés). Altos mástiles y amplias velas adornaban el estuario del río Zwin.

Pero, en el siglo XV, comenzó a suceder algo extraño. El río Zwin comenzó a obstruirse con sedimentos. Las grandes embarcaciones ya no podían llegar a los diques de Brujas. La Liga Hanseática se trasladó hacia el norte, a Amberes. Brujas, rápida y literalmente, se convirtió en un «remanso». La zona estaba tan muerta que se la denominó «Bruges-La-Morte». Hoy en día es una pintoresca pieza de museo perfectamente conservada, en ella se oye el enérgico murmullo que proviene de los entusiastas turistas que ansían visitar una «burbuja» del tiempo: una ciudad comercial hermosa y floreciente del siglo XV cuya riqueza y desarrollo se secaron junto con el río. Mientras tanto, Amberes, aún conectada con el mundo a través del río Escalda, ocupó el puesto de Brujas como la mayor potencia económica de Europa occidental. La riqueza de aquel momento es claramente visible hoy en día: la imponente catedral de Amberes domina el horizonte y, para quienes la visitan por primera vez, aún más llamativa es la plaza Markt (Grote Markt), que se alza cinco, seis, siete pisos sobre los adoquines y parece todavía más alta debido a la alargada arquitectura formada por agujas y ventanas estrechas como lápices. A pesar de que la aparición de los transportes aéreo, ferroviario y terrestre han reducido sus ventajas geográficas, Amberes sigue siendo un centro neurálgico económico. Aún es la capital mundial de los diamantes y el enorme puerto sobre el Escalda funciona las veinticuatro horas del día.

Las opuestas historias de Brujas y Amberes indican un mensaje simple: si quieres ser rico, es una buena idea establecer estrechos vínculos con el resto del mundo. Si prefieres que nada cambie, entonces lo mejor es «tener un puerto que se encenague». Si quieres ser rico y que nada cambie, entonces te llevarás una decepción.

Hay muy pocos placeres de los que disfrute más que el de sentarme en Amberes, engullendo patatas fritas calientes cubiertas con mayonesa y enfriando mi boca con una espumosa y embriagadora cerveza. Por supuesto que, al ser economista, me siento inclinado a reflexionar sobre el sistema de comercio mundial a mi manera. Las patatas fritas de *Frituur No. 1* simplemente no pueden ser igualadas en ningún otro sitio del mundo. Pero la copa de cerveza Duvel que bebo para acom-

pañarlas puede conseguirse sin problemas en Washington D. C. Tal vez cueste el doble, pero sabe igualmente bien y es igual de fuerte. Así que, cuando estoy en Amberes, sentado justo junto a la Grote Markt —la Gran Plaza— y disfrutando de una Duvel, no puedo evitar sentirme un poco triste al saber que la emoción queda un tanto rebajada, ya que también puedo conseguir esta cerveza en la ciudad en donde vivo. Por supuesto que cuando estoy en Washington D. C. (y sobrio) no puedo sino alabar a los generosos y emprendedores comerciantes que han traído cervezas exóticas como Duvel, Chimay y Maredsous 10 hasta mi puerta, y espero con ansias que también puedan importar Westmalle Tripel.

La manifestación más notoria de la creciente interdependencia económica mundial es la disponibilidad de productos importados en nuestros lugares habituales. Por un lado es una bendición, pero, por el otro, una maldición: una bendición porque hace posible disfrutar de una variedad más amplia de placeres sin alejarse demasiado del sitio donde nacimos. Es una maldición porque cuando viajas, puedes encontrarte con que los lugares del exterior parecen algo demasiado familiares. McDonalds en Moscú; Starbucks en Shangai. ¿No nos estamos convirtiendo todos en una misma cosa? Parece que el mundo entero se ha convertido en una agitada masa de internacionalización. El comercio con tierras extranjeras que una vez fue dominio de Florencia, Venecia y Brujas ahora parece omnipresente.

Si pasas mucho tiempo en aeropuertos, cadenas hoteleras y capitales importantes, es fácil sentirse de esta manera; pero vivimos en un gran y variado mundo. Puedes visitar Starbucks en Shangai, pero Starbucks no es *todo* Shangai, ni Shangai es *toda* China. El mundo todavía tiene que recorrer un largo trecho antes de que pueda considerarse verdaderamente «globalizado», si con esta extraña palabra queremos decir «lo mismo en todos lados». Sin duda alguna, nos estamos aproximando a ello. Leyendo al biólogo Edward O. Wilson, descubrí que dentro de doce generaciones, aproximadamente, todos los seres humanos seremos «iguales», en el sentido de que tanto en Londres como en Shangai, en Moscú o en Lagos, se encontrará la misma mezcla racial. Desde otro punto de vista diferente, la variedad de los seres humanos no tendría precedentes: a medida que este proceso de

mezcla racial se acelera, «muchas más combinaciones de color de piel, rasgos faciales, talentos y otras características influenciadas por los genes están surgiendo ahora como nunca antes». Personalmente, creo que ambas predicciones son alentadoras, aunque otros puedan encontrarlas alarmantes.

Esto mismo es cierto en relación con las culturas, la tecnología, los sistemas económicos y la gama de productos disponibles. Por un lado, cada vez se parecerán más unos a otros, en todo el mundo; por otro lado, en algún lugar único, mostrarán una enorme diversidad y nuevas mezclas apasionantes, como podrá corroborar toda persona que disfrute el famoso *ribbs* etíope en Washington D. C., el *sashimi* japonés en Amberes o los *curries* de Bangladesh en Londres. Al igual que la mezcla racial, la integración económica y cultural llevará mucho tiempo. Además, continuamente llegan nuevas ideas y tecnologías. La globalización nunca homogeneizará lo que tenemos; no mientras nuevas ideas estén siempre apareciendo y añadiendo ingredientes nuevos a la lenta batidora de la integración económica. Aquellos que temen a una terrible uniformidad global deben recordar que las nuevas ideas, bienvenidas o no, siempre surgirán más rápido de lo que pueden ser mezcladas.

Pero, tal vez, al hacer comentarios sobre cultura y raza me alejo bastante de los límites de mi experiencia. Por consiguiente, regresaré a la economía, donde reside mi «ventaja comparativa».

La ventaja comparativa es la base de la manera en que los economistas piensan sobre el comercio. Veámoslo de esta manera: ¿quién es mejor como escritor economista: E. O. Wilson o yo? El profesor Wilson es «uno de los más grandes pensadores del siglo XX» y «se le considera uno de los mejores científicos vivos del mundo» según la solapa de su libro *Consilience*. Su capítulo sobre ciencias sociales fue escrito tras haber entrevistado a algunos de los más grandes economistas del mundo; esto dio como resultado una explicación perspicaz, la cual me introdujo en muchas de las cosas que no sabía sobre la economía. La verdad es que probablemente E. O. Wilson sea mejor economista que yo.

Así que sé cuándo soy derrotado: ¿para qué escribir un libro sobre economía cuando el profesor Wilson puede escribir uno mejor? La respuesta es: por la ventaja comparativa. Debido a la ventaja comparativa, el profesor Wilson no ha escrito un libro sobre economía, y estoy casi seguro de que nunca lo hará.

Le debemos la idea de ventaja comparativa a la estrella del capítulo uno, David Ricardo. Si Wilson y yo compartiéramos a David Ricardo como representante, él nos aconsejaría lo siguiente: «Tim, si escribes libros sobre biología, es probable que vendas sólo uno por cada año que le dediques a escribir (el que comprará tu esposa). Pero tus conocimientos sobre economía son aceptables, y predecimos una venta de veinticinco mil libros por cada año que pases escribiendo. Profesor Wilson, sus libros sobre economía probablemente vendan quinientas mil copias por cada año que escriba: ¿pero por qué no ceñirse a los libros sobre biología y vender diez millones?».

E. O. Wilson es veinte veces mejor escribiendo sobre economía que yo, pero, siguiendo el consejo de David Ricardo, se limita a escribir sobre biología, una materia en la que está diez millones de veces más formado que yo. A nivel personal, el consejo de Ricardo es de sentido común: E. O. Wilson debería elegir su vocación no con referencia a lo que sabe hacer mejor que yo, sino a lo que mejor sabe hacer él. Mientras tanto, un buen consejo para mí sería ganarme la vida como escritor de libros de economía, no porque yo sea el mejor escritor economista del mundo, sino porque escribir sobre economía es lo que «yo» sé hacer mejor.

El consejo de Ricardo se torna más polémico cuando se trata de comerciar con los chinos. «Los salarios de los chinos son bastante más bajos que los nuestros», gritan los proteccionistas. «Pueden fabricar televisores, juguetes, ropa y toda clase de productos mucho más barato que nosotros. Debéríamos proteger a nuestros productores locales con un gravamen sobre los productos chinos (o tal vez con una prohibición directa).» Y así lo hacemos. Estados Unidos defiende los intereses de las compañías estadounidenses (pero no los de los ciudadanos estadounidenses) bloqueando las importaciones provenientes de China con

leyes *antidumping*. Según estas leyes, *dumping* supone vender productos a precios más bajos. Pero la verdad es que no se trata de *dumping*, sino de competencia. ¿Quién se beneficia cuando, por ejemplo, bloquean la entrada de muebles chinos porque son «deslealmente» baratos? Los fabricantes de muebles estadounidenses, tal vez; ciertamente, no el americano medio que quiere comprar un mueble. Entretanto, muchos europeos no pueden acceder a los grandes televisores de alta definición debido a que la Unión Europea está intentando, desesperadamente, evitar que entren desde China. El acero —que, hoy en día, produce China en mayor cantidad que los Estados Unidos y Japón juntos— recientemente fue sujeto a aranceles ilegales impuestos por los Estados Unidos. La agricultura está, incluso, más fuertemente protegida.

¿No es necesario detener lo que, de otra manera, sería una inundación de productos extranjeros baratos, bajo la cual nuestra industria nacional se ahogaría? No, no lo es. Estados Unidos debería producir bienes y servicios no preguntándose lo que puede producir más barato que China, sino concentrándose en aquello que mejor hace.

La perspicacia de Ricardo reside en que las barreras comerciales (ya se trate de subvencionar a nuestros agricultores, de normas para la industria textil o de gravámenes sobre los televisores) perjudican tanto a los chinos como a nosotros. No importa si los chinos realmente son mejores que nosotros fabricando cualquier cosa: ellos deberían limitarse a producir todo aquello que su economía produce de una manera más eficiente. Mientras tanto, nosotros, a pesar de que (aparentemente) somos peores en todo, deberíamos limitarnos a producir aquello en lo que somos malos produciendo. El argumento es el mismo que nos dio el espíritu de David Ricardo a E. O. Wilson y a mí: tal vez yo sea peor en todo, pero aun así debería escribir un libro sobre economía mientras E. O. Wilson se ciñe a la biología. También las barreras comerciales son barreras a este acuerdo de sentido común.

Un ejemplo podría ayudar a persuadir a quienes aún no estén convencidos. Supongamos que un trabajador estadounidense puede fabri-

car una taladradora en media hora o un televisor de pantalla plana en una hora. Un trabajador chino podría fabricar una taladradora en veinte minutos y un televisor de pantalla plana en diez. El trabajador chino evidentemente es el E. O. Wilson de la manufacturación. (A propósito, los números de productividad de este ejemplo no sólo son ficticios, sino que también son irrealistas. Lamentablemente para los chinos, los trabajadores en países en vías de desarrollo son mucho menos productivos que los de países desarrollados. Sólo resultan competitivos porque les pagan mucho menos; de hecho, la relación entre salarios bajos y baja productividad es una relación extremadamente estrecha.)

Si China y Estados Unidos no comercian entre sí, se necesitarán, en los Estados Unidos, noventa minutos de trabajo para fabricar el televisor de pantalla plana y la taladradora para colgarlo de la pared. En China, el televisor y la taladradora pueden fabricarse en media hora. Si los proteccionistas se salen con la suya, así es como quedarán las cosas.

Si no existen barreras comerciales, podemos hacer negocios entre ambos países y los dos saldremos beneficiados. El trabajador chino fabrica dos televisores, lo que le lleva veinte minutos, y un estadounidense fabrica dos taladradoras, en lo que emplea una hora. Si inter cambian un taladradora por un televisor, ambos se encontrarán en una mejor situación de la que estaban al comenzar y ahorrarán un tercio de su tiempo. Naturalmente, al ser más eficiente, el trabajador chino puede terminar su turno más temprano o ganar más dinero; pero eso no significa que el empleado estadounidense haya perdido debido al intercambio: todo lo contrario.

Es verdad que si el empleado chino trabajase horas extra podría hacer su propia tarea y también el mismo trabajo que el estadounidense habría hecho en una semana. Pero ¿por qué debería ser tan extraordinariamente generoso? Los chinos no exportan televisores a Estados Unidos por pura bondad; lo hacen porque nosotros enviamos algo a cambio (incluso si, como en el hipotético caso de las taladradoras, los chinos son también mejores fabricándolas).

Contrariamente a lo que suele creerse, es simplemente imposible que el comercio destruya todos nuestros puestos de trabajo y que nosotros importemos todo del exterior, sin exportar nada. Si lo hiciéramos, no tendríamos con qué comprar los productos importados. Para

que exista comercio en realidad, alguien en Estados Unidos debe producir algo para poder venderlo en el exterior.

Esto debería ser algo obvio, pero de alguna manera no lo es. Imagínate a los trabajadores estadounidenses de, digamos, Pittsburg, fabricando taladradoras. A los trabajadores se les paga en dólares. El alquiler de la fábrica se paga en dólares. Las facturas de la luz, la calefacción y el teléfono deben ser todas pagadas en dólares. Pero las taladradoras se exportan a China y se venden allí, o se utilizan para fabricar productos, en moneda china, el yuan. Los costes de producción son en dólares, pero los ingresos en yuanes. De alguna manera, los yuanes han de ser «transformados» en dólares para pagar los sueldos de los empleados de Pittsburg, pero por supuesto que no existe tal proceso de «mágica» conversión de los dólares en yuanes. Lo único que funcionaría sería que un importador de Estados Unidos proporcionara dólares a cambio de yuanes, los cuales utilizaría para comprar los productos importados. Las exportaciones pagarían las importaciones.

Para sorpresa de algunos, la economía trata de la interconexión de las cosas: los productos y el dinero no aparecen y desaparecen. Nadie fuera de los Estados Unidos aceptaría dólares como forma de pago si Estados Unidos no exportara cosas que pudieran comprarse con dólares.

En un mundo más complejo, los dólares y los yuanes, las taladradoras y los televisores no se intercambiarían. Vendemos taladradoras a los saudíes, los saudíes venden petróleo a los japoneses, los japoneses venden robots a los chinos, y los chinos nos venden televisores. Podemos pedir dinero prestado por un tiempo (en la actualidad, Estados Unidos está haciendo esto) o podemos producir activos como fábricas de taladradoras y vender las fábricas en lugar de las taladradoras. Pero, al final, el flujo continuo de divisas se equilibrará por completo. Estados Unidos puede permitirse importar sólo si finalmente produce artículos exportables suficientes para pagar los productos importados, y esto sucede en todos los países.

Un ejemplo más extremista quizá aclare más las cosas. Piensa en un país cuyo Gobierno se enorgullece de su autosuficiencia. «Debemos fomentar nuestra economía nacional», dice el ministro de Comercio

e Industria. Así pues, el Gobierno prohíbe todas las importaciones y patrulla la costa para evitar el contrabando. Una de las consecuencias sería que se dedicaría mucho esfuerzo a producir en el país lo que solía importarse: esto, ciertamente, fomenta la economía nacional. Pero otra consecuencia sería que las industrias exportadoras rápidamente se hundirían y desaparecerían. ¿Por qué? Porque ¿quién querría gastar tiempo y dinero exportando productos a cambio de moneda extranjera, si nadie está autorizado a invertir esa divisa extranjera en importaciones? Mientras se fomenta una parte de la economía nacional, otra se paraliza. La política de «no importar» también es una política de «no exportar». Y, de hecho, uno de los teoremas más importantes de la teoría del comercio, el teorema de Lerner, llamado así en honor al economista Abba Lerner, demostró en 1936 que el gravamen sobre las importaciones es exactamente equivalente al gravamen sobre las exportaciones.

El teorema de Lerner nos indica que restringir las importaciones de los televisores chinos para proteger los puestos de trabajo estadounidenses en la fabricación de televisores tiene tanto sentido como restringir las exportaciones de las taladradoras estadounidenses para proteger los puestos de trabajo estadounidenses en la fabricación de televisores. De hecho, la industria manufacturera de televisores estadounidense no está compitiendo en absoluto contra la industria de fabricación china de televisores, sino contra la propia industria de fabricación estadounidense de taladradoras. Si la industria manufacturera de taladradoras es más eficiente, la industria de fabricación de televisores no sobrevivirá, con tanta seguridad como que la prometedorra carrera de E. O. Wilson como periodista económico nunca despegó debido a sus superiores habilidades como científico.

Sin duda esto hace que contemplemos las barreras comerciales con una perspectiva distinta, pero no demuestra que las barreras comerciales perjudiquen a alguien: después de todo, ¿no debería tener más peso el beneficio que las barreras comerciales brindan a la industria de fabricación estadounidense de televisores que el daño que produce a la industria de las taladradoras estadounidenses? La teoría de David Ricard-

do sobre la ventaja comparativa nos dice que la respuesta es no. Como todos sabemos, bajo las normas de libre comercio, tanto los empleados chinos como los estadounidenses pueden salir de su trabajo más temprano de lo que podrían hacerlo de estar bajo las normas de un comercio restringido, habiendo producido, pese a ello, la misma cantidad que antes.

La respuesta de sentido común, que se basa en la experiencia práctica, también es no: comparemos Corea del Norte con Corea del Sur, o Austria con Hungría. Para hacernos una idea aproximada de cuánto mejor es tener una economía abierta y liberal que no una economía cerrada, simplemente observemos que en 1990, inmediatamente después de la caída del muro de Berlín, el austriaco medio era entre dos y seis veces más rico que el húngaro medio (dependiendo de cómo se mida). El surcoreano medio es rico, mientras que el norcoreano medio pasa hambre. Corea del Norte está tan aislada que es difícil medir cuán pobre es el país.

Las barreras comerciales siempre provocarán más daños que beneficios, no sólo al país contra el cual se levantan estas barreras, sino también al país que las levanta. No importa si otros países eligen imponerse restricciones a sí mismos, nuestra situación es mejor sin ellas. La gran economista Joan Robinson dijo una vez, bromeando, que el hecho de que otros arrojen rocas al interior de su puerto no es razón para que debamos hacer lo mismo en el nuestro. Los ciudadanos de Brujas se dieron cuenta de esta verdad algunos siglos antes, a medida que el Zwin se iba encenagando.

Esto tampoco quiere decir que el libre comercio sea bueno para todos. La competencia por parte de más baratos o mejores productos extranjeros no puede destruir a todas nuestras industrias locales, porque en otro caso no podríamos permitirnos comprar los productos extranjeros; pero sí puede alterar el equilibrio de nuestra economía. Volviendo al ejemplo de las taladradoras y los televisores, aunque en éste los chinos son mejores fabricando tanto taladradoras como televisores, nosotros aún fabricamos taladradoras cuando comerciamos con los chinos. De hecho, producimos el doble de taladradoras que antes, pero

nuestra industria de fabricación de televisores ha sido exterminada. Bueno, pues, para la industria de las taladradoras, pero malo para la industria de fabricación de televisores. La gente perderá sus puestos de trabajo. Deberán aprender nuevas habilidades y volverán a emplearse en el sector de las taladradoras, lo que quizá sea más fácil decirlo que hacerlo. En términos generales, Estados Unidos estará en una mejor posición, pero algunas personas perderán, y los que pierdan maldecirán al libre comercio y exigirán restricciones sobre los televisores importados, aunque ahora sabemos que igualmente podrían demandar restricciones sobre la exportación de taladradoras.

Hasta el historiador más ocasional recordará la rebelión de los «luditas» en Gran Bretaña. El ludismo comenzó en 1811 en la región central de Inglaterra, como una respuesta desesperada de los obreros textiles cualificados a la competencia que imponía la última tecnología: las máquinas para cortar y tejer medias. Los luditas estaban bien organizados: destruyeron telares y máquinas (*frame-breaking*), protestando contra el nuevo sistema económico. Alejados del estereotipo moderno de brutos con escasa imaginación, los luditas respondían a una amenaza real sobre su medio de ganarse la vida.

Entonces, ¿el cambio tecnológico perjudicó a alguien? Sin duda alguna. ¿Empobreció a Gran Bretaña, en su conjunto? Una idea ridícula. Sin minimizar el sufrimiento de aquellos que perdieron su sustento por el camino, es obvio que el progreso tecnológico nos benefició mucho.

Se puede considerar al comercio como otra forma de tecnología. El economista David Friedman observa, por ejemplo, que para Estados Unidos existen dos maneras de producir automóviles: pueden fabricarlos en Detroit o pueden cultivarlos en Iowa. Cultivarlos en Iowa requiere una tecnología especial que convierte el trigo en Toyota: sólo hay que colocar el trigo en barcos y enviarlo al océano Pacífico. Los barcos regresan al poco tiempo transportando Toyotas. La tecnología utilizada para convertir trigo en Toyotas en el Pacífico se denomina «japón», pero también podría ser una futurista biofactoría a cierta distancia de la costa de Hawaii. De la misma manera, los empleados de Detroit están en competencia directa con los agricultores de Iowa. Las restricciones a la importación de coches japoneses bene-

ficiarán a los trabajadores de Detroit y perjudicarán a los agricultores; ellos son el equivalente moderno de «la destrucción de máquinas».

La solución, en una civilizada, al tiempo que progresista, sociedad no es prohibir la nueva tecnología o restringir el comercio. Tampoco es ignorar la difícil situación de aquellos que quedan sin empleo debido a la tecnología, al comercio o por alguna otra razón. La solución es permitir que el progreso continúe, mientras se alienta y se vuelve a emplear a aquellos que han sido perjudicados. Esto puede llegar a sonar insensible. Después de todo, incluso la persona que quiere encontrar un empleo y no puede sufrir una tragedia personal. Los grupos de interés que se oponen al libre comercio en su propio beneficio han exagerado ampliamente los efectos del comercio. Entre 1993 y 2002, quedaron sin empleo alrededor de 310 millones de personas en Estados Unidos. En el mismo período, se crearon más de 327 millones de puestos de trabajo. En 2002, tenían empleo casi 18 millones de personas más que en 1993. Cada una de las 310 millones de veces que alguien perdía un empleo, esa persona tenía derecho a solidaridad y apoyo, sin importar si la competencia del exterior tenía algo que ver. Con o sin comercio de por medio, una buena economía pierda puestos de trabajo todo el tiempo, y también los crea.

Pero ¿la globalización es algo bueno?

Una cosa es decir que el comercio enriquece a países como Estados Unidos; y otra bien distinta, decir que la globalización es algo bueno. Para hacerles justicia a todos los argumentos que existen acerca de la globalización, sería necesario un libro entero. En un breve capítulo, sólo hay tiempo para abordar dos quejas comunes sobre la globalización. La primera es que ésta es mala para el planeta; la segunda es que es mala para los pobres de todo el mundo.

En primer lugar, debemos ser algo más precisos acerca de lo que significa globalización, sin llegar a ser demasiado técnicos. Aun dejando a un lado los fenómenos no económicos, tales como la propagación de la televisión estadounidense, la comida india y las artes marciales japonesas, hay mucha integración económica internacional aparte

del comercio. Puedo citar al menos cinco temas distintos: el comercio de bienes y servicios; la migración de las personas; el intercambio de conocimientos técnicos; la «inversión extranjera directa», o la construcción o compra de fábricas y empresas en el extranjero; e inversiones transfronterizas en activos financieros como acciones y bonos.

Muchas discusiones sobre la globalización confunden todas ellas. Aun a riesgo de simplificarlo demasiado, permítanme dejar tres de estos temas a un lado: la migración, el intercambio de tecnología y las inversiones transfronterizas en activos financieros; no porque no sean importantes, sino porque estos temas no son los primeros que vienen a la mente de la gente cuando se habla de globalización. La migración es un tema polémico por otras razones; por lo general, xenofobia y egoísmo. Por otro lado, son pocos los que se oponen a la divulgación de pacíficos conocimientos técnicos y científicos. Las inversiones transfronterizas en activos financieros son tema de un considerable debate técnico entre los economistas; son una gran oportunidad tanto para los ricos como para los pobres, pero se trata de una oportunidad que acarrea cierto riesgo. Por cuestiones de espacio, no diremos más acerca de estos tres temas.

En la mayoría de los casos, cuando la gente discute sobre globalización, habla sobre las dos tendencias restantes: más comercio y más inversiones directas por parte de las compañías de países ricos, tales como la construcción de fábricas en países pobres. Se planifica un notable porcentaje de inversiones extranjeras en países pobres para producir bienes que se enviarán de vuelta a los países ricos; mientras esto sea así, el comercio y las inversiones extranjeras estarán estrechamente relacionados entre sí. Es ampliamente reconocido que las inversiones extranjeras son positivas para el crecimiento económico en los países pobres: para ellos es una excelente manera de crear puestos de trabajo, aprender las técnicas de vanguardia, y hacerlo sin tener que invertir su escaso dinero. A diferencia de las inversiones en acciones, divisas o bonos, las inversiones extranjeras directas no se pueden cancelar precipitadamente en situaciones de pánico. Como dice el periodista económico Martin Wolf, «las fábricas no caminan».

Aunque el comercio con países pobres y las inversiones en los mismos ha aumentado de manera notable en los últimos años, debemos

La teoría de la ventaja comparativa, el sentido común y la experiencia nos dicen que el comercio es bueno para el crecimiento económico; las inversiones extranjeras directas están estrechamente relacionadas con el comercio, y éste también es bueno para el crecimiento. Los países más pobres se pierden estos beneficios. Ésta es una simplificación, pero es razonable. Sin embargo, en ambos casos quedan preguntas sin contestar: ¿cuál es el efecto del comercio y de las inversiones extranjeras sobre el medio ambiente? ¿Y cuál es el efecto de las inversiones extranjeras en los países pobres sobre aquellos que deben aceptar los llamados empleos «exploradores», los empleos en los que se paga poco y se trabaja en pésimas condiciones?

La globalización es ecológica

Primero hablemos del medio ambiente. En el capítulo cuatro, vimos que el concepto de externalidad, desde el punto de vista del economista, nos brinda una poderosa herramienta para comprender los riesgos del daño al medio ambiente, y el impuesto a la externalidad nos da una solución. Muchos economistas (tal vez la mayoría) comprenden los riesgos de los daños al medio ambiente y quieren que se tomen medidas para preservarlo.

Pero la relación entre comercio y daño ambiental no resiste un análisis minucioso. Hay tres razones por las cuales preocuparse. La primera preocupación la constituye el fenómeno de la «carrera hacia la reducción de mínimos» (literalmente: «carrera hacia el precipicio», *race to the bottom*): las empresas se precipitan en desbandada al exterior para fabricar productos bajo menos gravosas y más permisivas leyes medioambientales, mientras que desventurados Gobiernos las complace creando esas leyes. La segunda consiste en que el movimiento físico de los productos inevitablemente consume recursos y provoca contaminación. La tercera preocupación es que si el comercio promueve el crecimiento económico, también debe dañar al planeta. Aunque cada una de las tres tiene cierta verosimilitud inicial, la noción de que el comercio es perjudicial para el medio ambiente se basa en un débil razonamiento y con escasa evidencia.

aclarar que tanto el comercio como las inversiones extranjeras tienen lugar, en su inmensa mayoría, entre los países más ricos, y no entre los ricos y los pobres. La gente mira sus zapatillas Nike y supone, tal vez, que todo se hace en Indonesia o en China. Sin embargo, se gana mucho más dinero al importar vino de Australia, carne de cerdo de Dinamarca, cerveza de Bélgica, seguros de Suiza, juegos para ordenadores de Gran Bretaña, coches de Japón y ordenadores de Taiwán, todo transportado en barcos construidos en Corea del Sur. Estos países ricos principalmente comercian entre ellos. La poderosa China, con cerca de una cuarta parte de la población mundial, produce menos del 4 por ciento de las exportaciones globales. México, un país con más de cien millones de personas, con un acuerdo de libre comercio con la economía más grande del mundo, Estados Unidos, y en una situación de rápida expansión comercial mientras la economía estadounidense estaba al rojo vivo en 2000, exportaba menos que la pequeña Bélgica. Al mismo tiempo, India, con mil millones de habitantes, produce menos del 1 por ciento de las exportaciones mundiales. Y estas cifras se refieren a mercancías físicas: si se observa el comercio de servicios —al margen del escándalo de los «paraísos fiscales»—, los países en vías de desarrollo participan aún menos.

¿Y qué sucede con los países más pobres? Muy a su pesar, comercializan muy poco con los países ricos (y a medida que el comercio se expande en el mundo, los países más pobres van siendo dejados atrás). Las importaciones norteamericanas provenientes de los países menos desarrollados fueron sólo el 0,6 por ciento del total de importaciones en el año 2000, percibiéndose una baja al compararla con el 0,8 por ciento correspondiente a 1980. El 0,5 por ciento de las importaciones de Europa occidental en el año 2000 provino de los países menos desarrollados, y se percibió una baja desde 1980, donde llegaron al 1 por ciento. Para Japón, la cifra es del 0,3 por ciento (antes era del 1 por ciento). Y para el resto de los grandes comerciantes mundiales juntos, el porcentaje de sus importaciones provenientes de los países menos desarrollados suma el 0,6 por ciento, contra el 0,9 por ciento de veinte años atrás. Para los países verdaderamente pobres, el problema no es la excesiva participación en el sistema de comercio mundial. Algo similar sucede con las inversiones extranjeras.

La primera preocupación, esto es, la de que el libre comercio provoca problemas ambientales porque los bienes producidos en el exterior están sujetos a normas ambientales más indulgentes —o a ninguna norma—, debería, en primer lugar, ser matizada recordando que la abrumadora mayoría de las transacciones comerciales se da entre los países ricos, quienes poseen normas ambientales similares. Pero ¿qué hay de las inversiones en países pobres? La ecologista Vandana Shiva habla en nombre de muchos cuando declara que «la contaminación se trasladada de los ricos a los pobres. El resultado es un *apartheid* ambiental mundial». Son palabras fuertes... ¿Pero es esto cierto?

En teoría, podría ser verdad. Las empresas que pueden producir bienes a más bajo precio tendrían cierta ventaja competitiva. También pueden moverse con más libertad en un mundo de libre comercio. Así que la «carrera hacia la reducción de mínimos» es una posibilidad.

Sin embargo, nuevamente, existen razones para sospechar que esto es irreal. Las normas medioambientales no implican un gran coste; la mano de obra sí. Si las normas estadounidenses de esta naturaleza son realmente tan estrictas, ¿por qué las firmas de este país que más contaminan sólo invierten el 2 por ciento de sus ingresos para ocuparse de la contaminación? La mayoría invierte aún mucho menos. Cuando las empresas se trasladan al exterior, buscan mano de obra barata, no un paraíso de contaminación. Y las empresas no contaminan por diversión; las últimas técnicas industriales, a menudo, son más baratas y menos contaminantes al mismo tiempo. La eficiencia energética, por ejemplo, ahorra dinero y reduce la contaminación. Ésta es la razón por la cual muchas compañías contemplan el comportamiento medioambiental como parte del general control de calidad y una buena y eficiente fabricación. Incluso si fuera posible ahorrar algunos costes descuidando aspectos medioambientales, muchas empresas construyen fábricas en todo el mundo utilizando la misma más reciente y respetuosa con el medio ambiente tecnología de los países desarrollados, simplemente debido a que ese tipo de homologación proporciona ahorro de costes. Una analogía: si los chips de ordenador de hace diez años aún se produjeran en grandes cantidades, serían más sencillos y económicos de fabricar que los chips de hoy en día, pero ya a nadie le interesan. Hoy es difícil comprar un ordenador viejo, aun

cundo quieras hacerlo. E incluso estos argumentos dejan aparte la posibilidad de que las firmas quieran ofrecer estándares medioambientales más elevados para satisfacer a sus empleados y clientes.

Entonces... una «carrera hacia la reducción de mínimos» es posible en teoría; pero también hay buenas razones para hacernos dudar de su existencia. Dejando a un lado la teoría, ¿cuáles son los hechos? En primer lugar, que es más probable que las inversiones extranjeras en los países ricos se dirijan a industrias contaminantes que lo hagan las inversiones extranjeras en los países pobres. En segundo lugar, las inversiones extranjeras en industrias contaminantes es el sector de las inversiones extranjeras que acceden a Estados Unidos que más rápidamente crece. En contraposición, las inversiones extranjeras en industrias limpias son el sector de las inversiones estadounidenses en el exterior que más rápidamente crece. En otras palabras, los extranjeros están trayendo industrias sucias a los Estados Unidos, pero las compañías estadounidenses proveen al mundo de industrias limpias.

Tal vez hayan pestañado un poco al leer el último párrafo. Para aquellos que crecieron con sentimientos de culpa medioambiental, las estadísticas les parecen descabelladas. No lo son tanto cuando consideras que los países pobres producen bienes como ropa, juguetes para niños y café mientras que las industrias que realmente contaminan, como la producción en masa de productos químicos, requieren altos niveles de destreza, infraestructura fiable y (debido a que hay mucha inversión de capital en juego) estabilidad política. ¿Para qué poner esto en peligro y trasladar la planta a Etiopía para ahorrar unos pocos dólares en costos medioambientales?

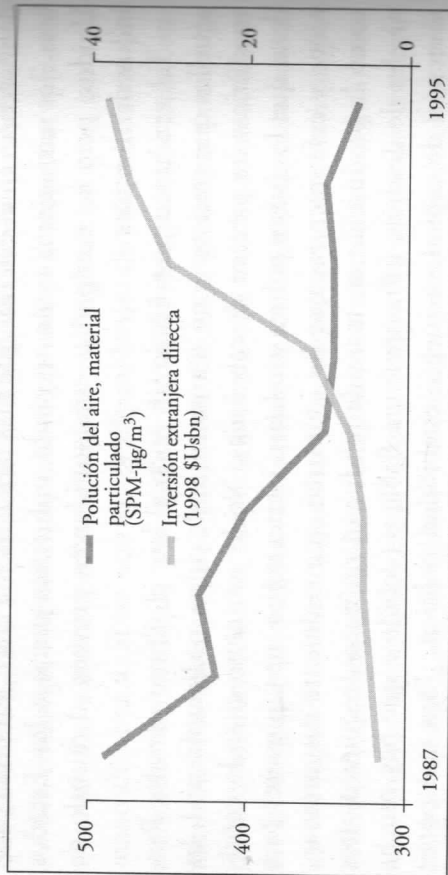
Otro indicador del comportamiento medioambiental de las inversiones extranjeras en países pobres proviene de la medición de contaminación en China, Brasil y México. El 60 por ciento de las inversiones extranjeras en países pobres llega a estos países. El cuadro que hay a continuación muestra cómo, mientras la economía china se ha desarrollado, la contaminación del aire en zonas urbanas se ha reducido. Al mismo tiempo, las inversiones extranjeras se han disparado, ya que las firmas extranjeras construyen fábricas en China, ya sea para satisfacer al mercado chino o para aprovechar la mano de obra bara-

ta y exportar los productos al resto del mundo. Los patrones de Brasil y México son muy similares.

Con esto no le estoy dando todo el crédito a las inversiones extranjeras. A medida que China se enriqueció, el Gobierno impuso restricciones ambientales más estrictas al mismo tiempo que llegaban las inversiones del exterior. Es difícil aceptar las historias de «carreras hacia la reducción de mínimos» en este contexto. Estas historias sirven para acobardar a los proteccionistas que buscan nuevas maneras de favorecer a las industrias privilegiadas a expensas de los consumidores y del mundo en vías de desarrollo.

¿La globalización provoca contaminación?

China: Calidad del aire en zonas urbanas e inversión extranjera

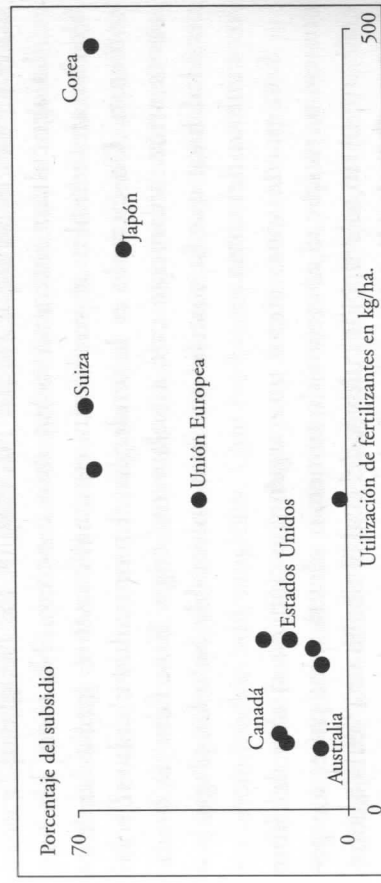


Fuente: Wheeler, 2001.

La verdad es que el proteccionismo en sí mismo puede acarrear terribles costes medioambientales. El caso más obvio: la espléndidamente «multifuncional» Política Agraria Común de la Unión Europea, un paquete de barreras arancelarias y subsidios creados para proteger a los agricultores europeos. Para quienes la defienden, se supone que la multifuncionalidad transmite una idea de autosuficiencia, seguridad, comportamiento medioambiental y un trato justo para los pobres agricul-

tores. Pero, en lugar de ello, esta política les brinda subvenciones a los agricultores en la Unión Europea por la *afinada* cifra de casi la mitad del presupuesto de la Unión, y la cuarta parte de las explotaciones agrarias, que son las más grandes, obtiene más de dos tercios del mismo (el hombre más rico de Inglaterra, el duque de Westminster, recibió subsidios por 448.000 libras —casi 900.000 dólares estadounidenses— entre 2003 y 2004). La política apoya a la agricultura intensiva, lo cual arroja los resultados obvios: baja calidad de los alimentos y alta utilización de pesticidas y fertilizantes; y, al tiempo que se inundan los países en vías de desarrollo con productos alimenticios a bajo precio, se reducen los precios que reciben los agricultores en los países pobres. Por si fuera poco, está ayudando a hacer descarrillar la actual ronda de la World Trade Liberalization. Como comentó Martin Wolf en el *Financial Times*, «de hecho, sí es una política multifuncional: es regresiva, derrochadora, daña la calidad de los alimentos y el ambiente, y es un obstáculo para la liberalización del comercio en todo el mundo».

La agricultura protegida es intensiva
La protección de la agricultura y el uso de fertilizantes en la misma



Fuente: FAO, 1998; OCDE, 2000.

Otros países ricos, en especial Japón y Corea, benefician a sus agricultores de la misma manera que la Unión Europea: un tercio de los ingresos de una típica explotación agraria de la OCDE proviene del

apoyo estatal; y, como demuestra el cuadro anterior, cuantas más subvenciones se conceden a la agricultura, más fertilizantes se utilizan. Si se aboliera la Política Agraria Común y otros tipos de proteccionismo agropecuario, no tengo duda de que el medio ambiente mundial mejoraría de manera rotunda, a medida que se redujera la agricultura intensiva. Al mismo tiempo, tanto los consumidores europeos como los agricultores del Tercer Mundo obtendrían un acuerdo mejor.

En los Estados Unidos, la subvención para los agricultores es menor, pero aun así puede considerarse protección y provocar daño medioambiental, si es el caso. En 1998, los productores nacionales de azúcar disfrutaban de un subsidio de 1.000 millones de dólares, la mitad del cual se distribuía entre sólo diecisiete granjas. (Debido a las distorsiones provocadas por la protección, esto les costaba a los consumidores cerca de 2.000 mil millones de dólares, de los cuales la mitad era un desperdicio total.) Esta protección ha perjudicado a los productores de azúcar colombianos, quienes han cambiado su producción por la de cocaína. Por supuesto que los grupos ambientalistas de presión lo aprobarían si el medio ambiente se beneficiara, pero no es así: los residuos químicos de la agricultura intensiva en Florida del Sur están dañando al Parque Nacional de los Everglades.

La agricultura intensiva es un caso concreto. No todos los problemas ambientales se resolverán automáticamente gracias al libre comercio. Un ejemplo es la tendencia al monocultivo: cultivar solamente arroz, solamente café o solamente trigo. Esta falta de biodiversidad hace que la cosecha sea más vulnerable ante las plagas y a los cambios del clima.

Esto puede sonar como una argumentación en contra del libre comercio, ya que el aumento de comercio alienta a los países a especializarse en un solo tipo de cultivo, del cual obtienen una ventaja competitiva. Pero las barreras arancelarias no son una buena manera de afrontar el problema de la agricultura intensiva. En primer lugar, tanto la biodiversidad local como la mundial son importantes, pero la biodiversidad nacional es irrelevante: los problemas medioambientales no conocen límites políticos. En la medida en que la falta de biodiversidad es un problema, la solución consiste en una regulación medioambiental directa: la economía mínimamente invasiva del capítulo cin-

co. Es absurdo esperar que una barrera arancelaria solucione el problema.

Éste es un caso especial de otro importante apartado de la teoría de comercio. Siempre (en teoría) y normalmente (en la práctica) habrá una política alternativa, la cual solucionará el problema medioambiental más directa y eficientemente que cualquier barrera comercial. Jagdish Bhagwati, un eminente economista teórico, comenta en este ámbito que «no se pueden matar dos pájaros de un tiro». Las barreras comerciales son una herramienta burda y perjudicial para luchar por objetivos que valen la pena, como mantener un medio ambiente saludable.

Los costos de transporte son otro ejemplo del principio de Bhagwati. Otra vez, parece superficialmente atractivo restringir el comercio internacional para reducir la contaminación provocada por los buques portacontenedores y los aviones de transporte de mercancías. Otra vez, la solución es una regulación directa en forma de impuestos sobre la externalidad. Las barreras arancelarias atentan contra el transporte de bienes a través de las fronteras: pero cruzar la frontera no es dañino para el ambiente. Los costes de transporte para transportar un reproductor de discos compactos desde el puerto de Osaka hasta el puerto de Los Ángeles son menores que los costes de transportarlo desde el puerto de Los Ángeles hasta Arizona, o incluso hasta una sucursal de Best Buy dentro de la propia ciudad de Los Ángeles. El coste de transporte para alguien que va conduciendo a un Best Buy y regresa con el reproductor de discos compactos es aún más elevado, y los verdaderos costes medioambientales de congestión vial y contaminación son tangibles. Que los bienes sean transportados en el interior de los países, o incluso muy localmente, no significa que los costes ambientales de transportarlos sean bajos. Nuevamente, el Economista Camuflado debe recomendar políticas que ataquen el problema directamente: el impuesto sobre la externalidad alimentaría el uso de métodos de transporte menos contaminantes, ya sea dentro de un país o entre distintas naciones.

El último tema de preocupación, entonces, es que el comercio no es malo en sí mismo, sino como consecuencia de que conduce a un cre-

cimiento económico que perjudica al medio ambiente: esto es, el comercio hace ricas a las personas y esto perjudica al medio ambiente. Esta afirmación merece cierta atención.

Los problemas ambientales más severos y concretos de hoy en día (y tal vez, los más serios del futuro, aun con la amenaza del cambio de clima) también son aquellos que aquejan a las personas más pobres del mundo. Un ejemplo es la contaminación doméstica de las estufas de leña, que provocan ceguera y problemas respiratorios mortales. Otro ejemplo es el agua para beber que no es segura, la cual mata a millones de personas. La solución a estos problemas medioambientales es el crecimiento económico, y el comercio puede ayudar.

Otros agentes contaminantes, como las partículas que emiten los automóviles y que flotan en el aire, empeoran a medida que la gente se enriquece (por un tiempo). Por lo general, esta contaminación se convierte en menos seria cuando la gente gana 5.000 dólares por cabeza (como en México), porque en ese punto son lo suficientemente ricos como para permitirse normas medioambientales más estrictas, y las exportarán. El comercio ayuda tanto indirecta (fomentando el crecimiento) como directamente, debido a que el libre comercio en los países más pobres se ha asociado con el fin de las subvenciones para prestigiosas industrias que contaminan severamente, tales como la industria petroquímica y la de acero, y también con la importación de tecnología nueva y no contaminante.

Es verdad que el consumo de energía, y con él las emisiones de dióxido de carbono y la amenaza del cambio de clima, aumenta mucho tiempo después de que la gente alcanza los 5.000 dólares por cabeza. Aunque no podemos asegurarlo, parece que los países más ricos del mundo están alcanzando el punto en el cual hasta el consumo de energía por cabeza está a punto de dejar de aumentar. Después de todo, nuestros coches y electrodomésticos mejoran día a día, y si todos tenemos dos automóviles y una gran casa con aire acondicionado, es difícil ver de dónde provendrá la demanda extra de energía.

Así, si somos sinceros, el razonamiento de que el comercio conduce al crecimiento económico, y éste, a su vez, al cambio climático, nos lleva entonces a una conclusión rotunda: deberíamos cortar los lazos comerciales para asegurarnos que los chinos, indios y

africanos sigan siendo pobres. La pregunta es si una catástrofe medioambiental, incluso el grave cambio climático, podría causar el mismo coste humano fatal que dejar a tres o cuatro mil millones de personas en la pobreza. Hacer esa pregunta implica ya responderla.

¿Eso significa que estamos condenados a elegir entre la masiva muerte por inanición y un Armagedón medioambiental? En absoluto. Hay muchas cosas que podemos hacer para proteger el medio ambiente sin utilizar el método contraproducente de restringir el comercio. Los impuestos a la externalidad ya han reducido las emisiones de azufre en los Estados Unidos (y también lo harán en China). También pueden utilizarse para reducir las emisiones de dióxido de carbono y luchar contra el cambio climático; si se lo exigieramos a nuestros gobernantes, esto podría llevarse a cabo. Incluso podría no ser caro. Podríamos comenzar eliminando completamente las subvenciones a los combustibles fósiles; Alemania, un país que se enorgullece de ser un ferviente protector de la ecología y un firme partidario del Protocolo de Kioto sobre el cambio climático, gasta 86.000 dólares por cada mina de carbón para proteger su industria de la competencia internacional.

¿Qué es lo que obtenemos en realidad a partir del ataque ecologista al libre comercio? Hemos visto que la «carrera hacia la reducción de mínimos» no existe; que las industrias que más contaminan aún tienen su base en países ricos, y no en los pobres; que las normas ambientales están aumentando en China, Brasil y México, los destinos más importantes para la inversión extranjera en los países pobres; que las medidas proteccionistas como las aplicadas a la agricultura, el acero y el carbón (a veces, con justificaciones ambientales) en realidad son terriblemente dañinas para el medio ambiente; que los impuestos sobre el combustible para el transporte son compatibles con el libre comercio y mucho mejores para el medio ambiente que las restricciones comerciales; y que los peores problemas medioambientales, al menos hasta hoy en día, son consecuencia de la pobreza y no de la riqueza. El movimiento ecologista debería protestar para exigir un libre comercio internacional de inmediato. Un día, tal vez lo haga.

Sweatshops; o ¿es bueno el comercio para los pobres?

¡Qué bonitas zapatillas de deporte! Pero ¿no te hacen sentir un poco digamos... culpable?

Se ha acusado a varias compañías multinacionales de someter a los trabajadores de países en vías de desarrollo a deplorables condiciones laborales. Con mucha frecuencia se menciona a Nike, que es el blanco de diversas campañas. Por tomar sólo un ejemplo especialmente espectacular, un emprendedor estudiante del MIT (Instituto de Tecnología de Massachusetts), llamado Jonah Peretti, se aprovechó de la propuesta publicitaria de Nike para crear zapatillas personalizadas. Textualmente dijo:

Ante la exaltación de la libertad por parte de Nike y su declaración de que si quieres algo bien hecho, hazlo tú mismo, no pude evitar pensar en la gente de las atestadas fábricas de Asia y Sudamérica, que es quien realmente fabrica el calzado Nike. Para desafiar a Nike, le encargué un par de zapatillas de deporte personalizadas con la palabra «sweatshop».

Hasta los economistas creen que es bastante gracioso; pero Nike no (como ya sabes, el término *sweatshop* designa a aquellas fábricas que explotan a sus trabajadores): Jonah Peretti no consiguió sus zapatillas personalizadas.

Peretti y sus partidarios han atraído, acertadamente, la atención sobre el hecho de que, en los países en vías de desarrollo, los trabajadores soportan condiciones laborales deplorables: muchas horas de trabajo bajo y salarios irrisorios. Pero las *sweatshops* constituyen el síntoma, no la causa, de la espantosa pobreza mundial. Los trabajadores acuden a estos sitios voluntariamente, lo cual significa (aunque sea difícil de creer) que cualesquiera que sean sus otras alternativas, éstas son peores. Y, lo que es más, se quedan allí; los índices de renovación del personal en las fábricas propiedad de multinacionales son bajos, debido a que las condiciones y el salario, aunque malos, son mejores que en las fábricas dirigidas por empresas locales. Y hasta el sueldo de una compañía local probablemente sea preferible a intentar ganar dinero sin un empleo;

mantener un puesto de venta ilegal en la calle, trabajar como prostituta o hurgar en apestos vertederos de basura de ciudades como Manila para encontrar productos reciclables. El vertedero de basura más famoso de Manila, conocido como Smokey Mountain, se clausuró en los noventa, al haberse convertido en un vergonzoso símbolo de pobreza. Pero hay otros basureros que continúan manteniendo a los que rebusan en ellos, quienes pueden ganar hasta cinco dólares por día. Más de ciento treinta personas fallecieron sepultadas por un deslizamiento en Payatas, otro basurero de Manila, en julio de 2000. Hay tantas formas de ganarse la vida, a duras penas, en las urbes resultan atractivas si se las compara con llevar una vida de subsistencia en las zonas rurales. En América Latina, por ejemplo, mientras la pobreza extrema es algo relativamente poco común en las ciudades, es moneda corriente en el campo. Cualquiera que se preocupe un poco por otros seres humanos se indignaría ante la situación, pero también debería reconocer que Nike y otras empresas multinacionales no son la causa.

La solución a la pobreza no se logrará boicoteando el calzado y la ropa fabricados en los países en vías de desarrollo. Al contrario: países como Corea del Sur han abierto sus puertas a empresas multinacionales, y, lentos pero seguros, se han enriquecido. A medida que las multinacionales han ido estableciendo fábricas, han ido compitiendo entre sí por los trabajadores más cualificados. Los salarios han aumentado, no porque las compañías sean generosas, sino porque no tienen otra elección si quieren atraer a los buenos empleados. Las empresas locales aprenden las últimas técnicas en producción y se convierten así en grandes empresarios. Esto hace que cada vez sea más atractivo para las personas trabajar en una fábrica y aprender las técnicas necesarias: la educación mejora. La gente abandona el campo, lo cual aumenta los ingresos rurales de aquellos que se quedan a un nivel más tolerable. Es más fácil cobrar impuestos sobre empleos formales, por lo cual las rentas públicas aumentan y la infraestructura, los hospitales y las escuelas mejoran. La pobreza disminuye y los salarios aumentan inexorablemente. Después de los ajustes por la inflación, el trabajador tipo coreano gana cuatro veces más dinero de lo que ganaba su padre veinticinco años atrás. Hoy en día Corea es un líder mundial en tecnología y lo suficientemente rica como para subvencionar

su maltrecha agricultura, como hace el resto de los países ricos del mundo. Las *sweatshops* se han trasladado a otro lugar.

Es difícil no conmoverse ante las condiciones en las que se trabaja en las fábricas que explotan a sus trabajadores. La pregunta es cómo deshacerse de ellas. La mayoría de los economistas creen que dichas fábricas son beneficiosas en dos sentidos: suponen un paso adelante en relación con las demás alternativas y un peldaño en la escalera que conduce a algo mejor.

Pero mucha gente no piensa lo mismo. William Greider, comentarista de política de centro-izquierda, elogió al Ayuntamiento de la ciudad de Nueva York por aprobar una resolución en 2001 que exigía que la ciudad se negara a comprar uniformes para los policías y bomberos, a menos que fueran fabricados bajo «salarios y condiciones laborales decentes». Una resolución así sólo puede perjudicar a los trabajadores explotados: se quedarán sin empleo y (literalmente para aquellos de Manila) volverán a los montones de basura. Por supuesto, serán buenas noticias para los trabajadores textiles de los países ricos: ellos se harán con el negocio, en su lugar. Dudo mucho que sea una coincidencia el hecho de que el borrador de dicha resolución fuera redactado por la UNITE (por sus siglas en inglés), el Sindicato de Trabajadores Industriales, Textiles y de la Costura, exactamente la gente que se beneficiaría si la importación de bienes textiles disminuyera.

Si encuentras mi relato poco convincente y deseas tener la conciencia tranquila cuando compres ropa, visita la página web de la UNITE y tecleas «union-made, sweat-free clothing», en www.uniteu-nion.org.

El poder de los grupos de presión

Se atribuye a Harry Truman (presidente de los Estados Unidos entre 1945 y 1953) el haber solicitado un economista manco, que fuera incapaz de dar un consejo y luego decir: *on the other hand*, esto es, «por otro lado» («hand» significa mano en inglés y la expresión sería, literalmente, «en la otra mano»). Ronald Reagan, que siempre contó con

los mejores redactores de discursos, dijo una vez que debería existir una versión del *Trivial Pursuit* para economistas: «Con cien preguntas y cien respuestas».

Bastante cierto: los economistas no siempre se ponen de acuerdo. Sin embargo, es raro el economista que no sea un entusiasta de los beneficios del libre comercio. La opinión prácticamente unánime entre los economistas es que el libre comercio mundial sería un gran avance y que, aun si otros países rehusaran reducir sus barreras arancelarias, seríamos idiotas si no redujéramos las nuestras.

Los economistas estiman que los beneficios del libre comercio son enormes. Por ejemplo, cuando, en la década de 1850, Estados Unidos forzó a Japón a abrir sus puertos al comercio, después de décadas de aislamiento, Japón comenzó a exportar seda y té a un ávido mercado mundial, a cambio de ropa de lana y algodón, que era barata a nivel internacional, pero cara en Japón. Como consecuencia de ello, su renta nacional se incrementó en dos tercios.

Más recientemente, se estima que la Ronda Uruguay de negociaciones comerciales, que redujo las barreras arancelarias en todo el mundo a partir de 1994, ha aumentado la renta mundial en, aproximadamente, cien mil millones de dólares. Si se redujeran un tercio los aranceles de los productos agrarios e industriales, y de los servicios, habría un incremento mayor: 600.000 millones de dólares (alrededor del 2 por ciento de la renta mundial). La eliminación de todas las barreras arancelarias representaría más del 6 por ciento de dicha renta. Seguramente éstos sean cálculos que subestimen los beneficios, ya que sólo incluyen las ganancias más claras que resultan de transportar productos más económicos de los mercados mundiales a mercados protegidos: ergo, la aplicación más sencilla de la teoría de David Ricardo sobre la ventaja comparativa. Otras ventajas son similares, ya que, en contra de la generalizada creencia de que el mercado es el gran aliado de las multinacionales, el libre comercio también destruye el poder de la escasez que tienen las grandes empresas, al sujetarlas a la competencia internacional. Alienta la utilización de nuevas formas de trabajo y de tecnologías más avanzadas. Algunos incluso piensan que promueve la paz, al darles razones sólidas a los países comerciantes para no entrar en guerra entre sí.

Si el libre comercio realmente brinda tantos beneficios, ¿por qué el mundo todavía posee tantas barreras comerciales? ¿Por qué los políticos no consiguen fáciles votos anulando dichas barreras? ¿Por qué los japoneses tuvieron que ser «forzados» a implementar una política que casi duplicó la renta del país? Desgraciadamente, en la mayoría de los países, tanto ricos como pobres, existen grupos de presión (*special interest groups*), con desproporcionada influencia, que tienen razones para oponerse al libre comercio.

Los aranceles tienen a imponer un pequeño y disfrazado coste a la mayor parte del país, en forma de precios más altos, y un coste aún mayor a los extranjeros, que no tienen el derecho al voto. Los beneficios de los aranceles son considerables para un restringido y concentrado grupo de personas, a menudo sectores con sindicatos organizados y grandes empresas. Si los votantes están bien informados y comprenden en su totalidad la teoría económica, entonces, en una democracia, los proteccionistas no obtendrían el voto. Pero si la gente no está bien informada sobre los costes de los aranceles que se le imponen, entonces, dado el poco efecto que tiene cualquier espectral arancel sobre un votante en concreto, quizá el arancel ni siquiera tenga cabida en sus pensamientos (especialmente si la campaña a favor de restricciones comerciales se disfraza de campaña sobre las *sweatshops* —recuerda: las empresas explotadoras de trabajadores—). Los intentos por hacer alguna reforma también pueden bloquearse por inercia o miedo por parte de los votantes poco informados, mientras que los grupos de presión son plenamente conscientes de que tienen la posibilidad de obtener beneficios de la protección, y piensan que merece la pena dedicar cuantiosos fondos y ejercer presión para defender sus exclusivos intereses.

En una saludable democracia, los intereses particulares deberían tener menos poder que en una democracia débil o que en un país no democrático, como Camerún. Si los grupos de interés particular son parte de la explicación que subyace en las barreras arancelarias, cabría esperar que los países con democracias más consolidadas redujeran estas barreras.

Las cifras lo demuestran con exactitud. En 1999, Estados Unidos tenía unos aranceles promedio del 2,8 por ciento. En la Unión Euro-

pea, los aranceles promedio eran del 2,7 por ciento. En Corea, el «tigre emergente», del 5,9 por ciento. En Argentina, supuestamente modelo de reforma económica, era del 10,7 por ciento. En las economías gigantes de China e India, 15,7 y 29,5 por ciento, respectivamente. Sabemos ya que la pobreza y la corrupción del pequeño y mísero Camerún no están siendo aliviadas por la aplicación de asombrosos aranceles, que promedian un 61,4 por ciento.

Parece que aunque pudiéramos presionar a nuestros políticos para que hiciesen lo correcto para todos, reduciendo los aranceles, la responsabilidad recaerá de igual manera sobre los Gobiernos de estos países pobres. ¿Por qué mantienen los aranceles, que perjudican a sus ciudadanos? Tal vez porque el aislamiento internacional favorece la estabilidad política. El líder político con más años en el poder en todo el mundo es Fidel Castro, seguramente presidente vitalicio como resultado de las sanciones de los Estados Unidos, que han producido un resultado contrario al deseado. El régimen de Sadam Husein parecía más fuerte que nunca tras una década de sanciones: fue una fuerza exterior y no un cambio interno la que lo expulsó del poder. Myanmar y Corea del Norte son parias internacionales con Gobiernos demasado estables.

Esto explica por qué Japón se vio forzado a liberalizar y, con ello, a aumentar considerablemente la renta del país. La política de aislamiento no se creó pensando en el bienestar del pueblo japonés, sino en el bienestar de sus gobernantes, el clan Tokugawa. La historiadora Janet Hunter afirma:

Los mecanismos del control político eran respaldados por un severo régimen de reglamentación, que intentaba minimizar todo cambio social, político y económico entre los ciudadanos en general... A partir de 1640, se minimizó la potencial influencia dañina extranjera, aislando al país de casi todo contacto con el resto del mundo.

Aunque estas precautorias medidas tuvieron éxito en lo que atañe al mantenimiento en el poder de los Tokugawa durante aproximadamente dos siglos y medio, nunca podían esperar evitar todo cambio social, económico y político... El restablecimiento de las relaciones con los Estados Unidos y los poderes imperialistas de Europa rápidamente

llevó la cuestión a un punto crítico... Desde 1853, [durante] la crisis sobre las peticiones de Estados Unidos para el establecimiento de relaciones formales... la autoridad de Tokugawa rápidamente entró en declive.

Los grupos de interés particular han intentado definir la política comercial de los Estados Unidos, con éxito diverso. Las barreras arancelarias deben ser aprobadas por el Congreso y sus miembros defienden los intereses de sus propios electores, exigiendo protección para la agricultura en Iowa, el acero en Pensilvania, el azúcar en Florida o la fabricación de automóviles en Michigan. Negociando entre ellos los votos, podrían aprobar arancel tras arancel; y si el presidente regresara de alguna negociación comercial con un tratado en la mano para reducir las barreras comerciales, ellos se negarían a ratificarlo.

Por lo general, los presidentes tienden más a ser entusiastas partidarios, ya que necesitan votos de todo el país; así que es menos probable que favorezcan al proteccionismo localmente concentrado. En efecto, a partir de 1934, cuando el presidente Roosevelt convenció al Congreso para que le otorgara a él y a los futuros presidentes el poder de aprobación previa de los tratados comerciales, las tasas arancelarias en los Estados Unidos cayeron del 45 por ciento al 10 por ciento, aproximadamente, en dos décadas. Así pues, desde que el presidente ostenta la responsabilidad de la política comercial, han venido reduciéndose tales tasas.

Por supuesto que los presidentes no son totalmente inmunes a la política de intereses particulares: la importancia de la votación de Florida en las últimas elecciones presidenciales garantiza la protección de los productores de azúcar a expensas de la nación. Ningún sistema político es perfecto, pero las democracias tienden a favorecer al comercio más que otros, ya que reducir las barreras comerciales resulta beneficioso para el ciudadano común.

¿Cómo podemos mejorar la situación de los pobres?

Ya te habrás dado cuenta de que soy un fanático del café y la cerveza. Mi café preferido proviene de Timor; mi cerveza predilecta, de

Bélgica. Mi vida es mucho más feliz gracias a los recolectores timorenses de café y a las compañías cerveceras belgas; y espero haber hecho lo suficiente para convencerte de que también sus vidas son más felices gracias a mí. Una característica fundamental de las clases de interacción social que suelen estudiar los economistas es que... todos ganan.

Por desgracia, unos ganan mucho más que otros. Yo me encuentro en una buena situación, al igual que los belgas. Los timorenses no. Estarían, incluso, peor de no ser por el comercio, pero esto no es suficiente para relajarnos y olvidarnos de ellos.

Quienes cultivan café son pobres porque no poseen ningún poder de la escasez. Hay muchos lugares donde se puede cultivar café. Cultivar café a gran escala requiere mucho trabajo, pero escasa destreza. Ningún cultivador particular tiene el poder suficiente como para afectar el precio del mercado. Incluso si los países actuaran al unísono, tampoco tendrían el poder de la escasez: cuando los más importantes productores intentaron crear un cártel (la Asociación de Países Productores de Café) para el control de dos tercios de la producción mundial de café, dicha asociación fracasó y hubo de disolverse. Cada vez que el cártel lograba aumentar los precios, nuevos agricultores, en nuevos países, rápidamente encontraban arroyos que comenzaban a cultivar café. Vietnam es un ejemplo. Hace unos años, apenas se cultivaba café en el país, pero hoy en día es el segundo productor del mundo. Un cártel diseñado para explotar el poder de la escasez sólo puede funcionar si los nuevos productores no pueden entrar en el mercado con facilidad.

No deberíamos olvidar que una de las razones por las cuales resulta tan fácil para los agricultores pobres producir café es que éste no crece en Francia o en Florida, así que los agricultores ricos no están interesados en hacer campaña a favor de altos aranceles. El café sin producir se encuentra relativamente libre de aranceles, por lo cual un efecto más de éstos sobre la carne, el arroz y los cereales es que los agricultores de los países pobres no tienen otra opción que la de mercados alternativos como el café, que no puede mantener a todos ellos.

Debido a que resulta tan fácil introducirse en el negocio del café, me atrevo a hacer una predicción: los agricultores que cultivan café

Cómo China se hizo rica

no serán ricos hasta que la mayoría de las personas sean ricas. Si aquellos se enriquecen pero otros agricultores, o quienes trabajan en lugares donde los explotan, son pobres, los demás comenzarán a cultivar café. Los altos precios del café se hundirán, hasta que quienes son explotados se conviertan en trabajadores «de cuello blanco», bien remunerados y con empleos cualificados en la industria, que no se sientan atraídos por la idea de ser un próspero cultivador de café.

Debemos comprender que las iniciativas que tienen una visión limitada sobre el «café de Comercio Justo» o la «ropa sin explotación» —ropa no fabricada en las *sweatshops*— nunca mejorarán de manera significativa la vida de millones de personas. Algunas, como la campaña para que la ciudad de Nueva York no comprara uniformes procedentes de países pobres, producirán un serio perjuicio. Otras, como las numerosas marcas de café de comercio justo, probablemente aumenten los ingresos de unos pocos productores de café sin causar demasiado daño. Pero no pueden solucionar el problema básico: se está produciendo demasiado café. Ante el más ligero indicio de que el cultivo de café se convertirá en una actividad atractiva, el sector siempre estará inundado de gente que no tenga otra alternativa. Lo cierto de la cuestión es que sólo el desarrollo de base amplia en los países pobres podrá elevar el nivel de vida de los más pobres, aumentar los precios del café, e incrementar los salarios y las condiciones laborales de las fábricas de calzado.

¿Puede llevarse a cabo dicho desarrollo? Sin duda. Miles de millones de personas de los países en vías de desarrollo son mucho más ricos de lo que lo fueron sus padres. La esperanza de vida y el nivel de educación están en aumento, aun en países que no están enriqueciéndose. Esto sólo en parte se debe al libre comercio; existen muchos otros factores. Para que una economía en vías de desarrollo crezca con fuerza, hay que poner en marcha muchas reformas. Hay un país en el mundo que lo ha hecho para más gente, más rápidamente, y desde una peor posición de salida, que ningún otro en la Historia. Es allí donde debemos finalizar nuestro viaje.

Dios mío», dije.

Estaba parado junto a mi esposa en la «Renmin Gongyuan», la plaza del Pueblo, en medio de Shanghai. Renmin Gongyuan es el Central Park del siglo XXI. Me dio la misma sensación de aceleración vertiginosa que tuve en mi primera visita a Manhattan. Caminar por el área que ocupa el parque nos permitió sentir el impacto visual de los rascacielos de Shanghai. Uno era un moderno edificio de la Chrysler, coronado por cuatro impresionantes púas simétricas que se cruzaban en un punto exacto; toda la construcción de la torre giraba cuarenta y cinco grados sobre su eje para que los cuarenta pisos superiores quedaran en diagonal a los cuarenta inferiores. Otro edificio contaba con una enorme sala de vidrio, que colgaba suspendida sobre la ciudad a sesenta pisos de altura. No todos los diseños eran de buen gusto: uno tenía un lujoso ático con forma de cúpula que parecía robado de un plató de películas de platillos volantes de los años cincuenta. Debía de haber unos treinta rascacielos, de los cuales media docena eran increíblemente altos. Todos ellos eran completamente nuevos.

—¡Dios mío! —dijo Fran.

—¿Cuándo fue la última vez que has estado en Shanghai?

—Hace diez años.

—¿Cuántos de estos edificios estaban ya construidos hace diez años? —pensó ella por un instante.

—¿Ves aquel de allí?

—¿El edificio cuadrado con cuarenta pisos de oficinas?

—No. El que está justo detrás —estaba señalando un edificio de ladrillos rojos de doce pisos, empequeñecido por las construcciones modernas que lo rodeaban.

—Sí, lo veo.

—Ése era el más alto hace diez años.

—¡Dios mío! —dije.

La ambición que representaba todo ello era, simplemente, algo estimulador. En sólo una década, los constructores de Shanghai habían puesto en pie toda una copia de Manhattan. No sé qué hubieran opinado los neoyorquinos. A los londinenses nos hizo sentir pueblerinos. Sin embargo, todo esto pudo haber sido tan diferente... Durante la mayor parte del siglo XX, China era más pobre que Camerún. En 1949, cuando nació la República Popular de China, el país más grande del mundo fue destruido por la guerra civil y gobernado por una dictadura comunista. A finales de los cincuenta, millones de personas murieron debido a la hambruna provocada por las fallidas políticas del Gobierno. En los años sesenta, la Revolución Cultural desmantoló el sistema universitario y millones de ciudadanos instruidos fueron forzados a «reeducarse» para trabajar en el campo. Después de todo esto, ¿cómo pudo China convertirse en el país con mayor éxito económico de la Historia?

Dos revoluciones agrarias

Basta una visita a Shanghai para que surja dicha pregunta. Las pistas que llevan a responderla pueden ser halladas a lo largo de toda China. Descubrí algunas de ellas mientras viajaba en tren hacia el interior de la ciudad china de Zhengzhou.

El tren en sí mismo fue el primer indicio: era más cómodo, más rápido y más puntual que los que dejaba atrás en Inglaterra. La red de carreteras y ferroviaria de China parecía estar en óptimas condiciones. En segundo lugar, los chinos parecían gozar de un sistema educativo excelente (un doctor en Economía, un joven que nunca había salido de China, pero que hablaba suave y pensativamente un correcto inglés, me dio una severa, aunque educada, paliza al ajedrez).

En tercer lugar, aunque el tren estaba atestado, había pocos niños y ninguna familia numerosa. La política china de «un solo hijo por familia» ha creado una sociedad en la cual las mujeres tienen tiempo para trabajar y la mayoría de los ciudadanos no está formada ni por ancianos ni jóvenes, sino por personas de mediana edad, que ahorran para el futuro. Estos importantes ahorros han proporcionado el dinero necesario para invertir en las carreteras y en los trenes, entre otras cosas. Como mínimo, China poscía, claramente, los recursos humanos, la infraestructura y el capital financiero requeridos por los modelos tradicionales de crecimiento económico. Sin embargo, no siempre parecía que dichos recursos se utilizaran correctamente; ya sabemos que sin la iniciativa adecuada se desperdiciarían.

Bajo el mandato de Mao, las pérdidas fueron legendarias. Los esfuerzos iniciales de China por desarrollarse presentaban dos flancos: la inversión masiva en la industria pesada, como la del acero, y la aplicación de técnicas agrícolas especiales para asegurarse de que la vasta población de China estuviese alimentada. El enfoque de la política era comprensible: las provincias del norte de China son ricas en carbón de buena calidad, lo cual, lógicamente, podía proporcionar la base de una revolución económica. El carbón, el acero y la industria pesada han sido la base de la revolución industrial en las economías líderes: en el Reino Unido, en los Estados Unidos y en Alemania. Por otro lado, la agricultura debía ser una prioridad para cualquier Gobierno chino, ya que apenas había tierra fértil suficiente para alimentar a los cientos de millones de habitantes del país. Desde la ventanilla del tren, yendo a Zhengzhou, contemplaba el paisaje de Henan, la provincia más densamente poblada de China. Era un desierto glacial.

Este doble enfoque fue denominado «El Gran Salto Adelante». Parecía tener sentido, pero fue el mayor fracaso económico que se mundo ha visto jamás. Mao condujo una política económica que se basaba en la premisa oculta de que si la gente se esforzaba, podía suceder lo imposible. El entusiasmo, por sí solo, era suficiente. Se ordenó a los aldeanos que construyeran hornos de acero en los patios, pero no contaban con mineral de hierro para agregarles. Algunos aldeanos fundieron hierro y acero (herramientas y hasta las aldabas de las puertas) para poder cumplir con las cuotas exigidas por el Estado. Hasta

el médico personal de Mao mostraba su preocupación por la senectud de la política de «destruir cuchillos para fabricar cuchillos». El acero que salía de los hornos era inutilizable.

Si la política industrial era una farsa, la política agrícola fue una tragedia. «El Gran Salto Adelante» ya había arrancado a muchos trabajadores de las tierras para emplearlos en la fabricación de hornos en obras públicas, como la construcción de presas y carreteras. Mao ordenó matar a los pájaros que se alimentaban de los granos y, como resultado, la población de insectos nocivos se disparó. Mao en persona rediseñó las técnicas agrícolas de China, con siembras más profundas y más cercanas entre sí para aumentar la producción. El arroz, plantado así, tan junto, no podía crecer, pero los funcionarios del partido, ansiosos por complacer a Mao, organizaban *shows* con los «expertos» agrarios e industriales. Cuando Mao viajaba en tren para administrar los frutos de su política, los funcionarios locales construían hileras de hornos a lo largo de las vías del ferrocarril y traían arroz de lugares a kilómetros de distancia para volver a plantarlos a la distancia estipulada oficialmente, en los campos a los lados del camino. Esta farsa, incluso, precisaba la utilización de ventiladores eléctricos, que eran usados para hacer circular el aire y evitar que el arroz se pudriese.

La cosecha en los campos, por supuesto, descendió, pero aun así, la situación no hubiera sido tan desastrosa sin la insistencia del Estado en que la política funcionaba. Cuando el ministro de Defensa, en una reunión ministerial, puso sobre la mesa la cuestión de la hambruna, fue castigado y obligado a escribir una «autocrítica». Los elementos menos poderosos del partido que negaron la existencia de excedentes fueron torturados. Al tiempo que las cosechas disminuían, China duplicaba sus exportaciones de cereal entre 1958 y 1961 como un símbolo de su éxito. En la provincia de Henan, por la que estábamos viajando cómodamente justo cuarenta y cinco años más tarde, los depósitos estatales de cereales contenían comida suficiente para abastecer a la población, pero permanecían cerrados porque la posición oficial del Gobierno era que había excedente de cereal. Mientras tanto, la gente moría de hambre, afuera, en la nieve. Algunos no eran siquiera enterrados y otros eran devorados por familiares desesperados; ninguna de las dos situaciones era poco frecuente.

Las cifras estimativas del número de muertes a consecuencia de la hambruna varían entre diez y sesenta millones de personas, aproximadamente la población total de Inglaterra, o de California y Texas juntas. Incluso autoridades del Gobierno chino admitirían, más tarde, que 30 millones de personas habían fallecido, aunque culparon de ello al mal tiempo.

En «el mundo de la verdad» que se describe en el capítulo tres, tales desastres no pueden suceder. Por supuesto que se cometieron errores (tal vez con más frecuencia que bajo una planificación centralizada), pero son errores pequeños: en las economías de mercado los llamamos «experimentos». Aunque «capitalistas de riesgo» los financien, no se espera que prosperen muchos de ellos. Cuando tienen éxito, mucha gente se enriquece y ello trae consigo innovación para toda la economía. Cuando fallan (lo cual sucede más a menudo que lo anterior) algunos quedan en bancarrota, pero nadie muere. Sólo las economías dirigidas pueden promover la experimentación a una escala tan extravagante y reprimir la crítica informada. (Mao no estaba solo. El presidente soviético, Nikita Jruschev, cometió un error similar tras una visita a los Estados Unidos, cuando ordenó que los campos soviéticos fueran resembrados con el trigo que había visto crecer en Iowa. El fracaso representó una catástrofe.) Vale la pena recordar que los fallos del mercado, aunque a veces son graves, nunca son tan trágicos como los peores fracasos de Gobiernos como el de Mao.

En 1976, después de llevar a cabo muchos otros crímenes contra su propio pueblo, Mao falleció. Tras un breve interregno, él y sus seguidores fueron reemplazados por Deng Xiaoping y sus aliados, en diciembre de 1978. Cinco años más tarde, el cambio en la economía de China era increíble. La producción agrícola, siempre un dolor de cabeza para los planificadores chinos, había aumentado en un 40 por ciento. ¿Por qué? Porque esos planificadores habían llevado «el mundo de la verdad» a China. Como descubrimos con Camerún, los incentivos sí importan. Antes de 1978, China había tenido algunos de los incentivos más perversos del mundo.

Antes de que Deng asumiera el cargo, la agricultura china se había venido organizando localmente en colectivos de veinte o treinta familias. Se recompensaba a la gente con «puntos por trabajo», que eran

adjudicados en función de la producción del colectivo en su totalidad. Había pocas oportunidades de mejorar a nivel personal, ya fuera a través del esfuerzo extra o del ingenio. Como resultado, había muy poco de ambos.

El Gobierno también compraba y redistribuía alimentos procedentes de las regiones que producían excedentes, pero lo hacía a un precio extremadamente bajo y así desincentivaba a las regiones más fértiles de sacar el máximo rendimiento de sus tierras de cultivo. Muchos trabajadores rurales estaban «subempleados». El mismo sistema que se había diseñado para estimular la producción agrícola china y hacer a la nación autosuficiente la estaba minando. La producción de cereales, por persona, era tan baja en 1978 como lo había sido a mediados de los cincuenta, justo antes del «Gran Salto Adelante».

Deng disponía de poco tiempo para afrontar una locura así, de forma que inmediatamente se embarcó en un programa de reforma, declarando que «socialismo no significa pobreza». Para mejorar la agricultura, tenía que atinar con los incentivos. Comenzó aumentando casi en una cuarta parte el precio que pagaba el Estado por las cosechas. El precio pagado por los excedentes se incrementó en más del 40 por ciento, aumentando así considerablemente el incentivo para que las zonas fértiles produjeran más.

Al mismo tiempo, algunos colectivos experimentaron con la subcontratación de tierras a familias individuales. En lugar de restringirla, el Gobierno permitió cierta innovación para indagar si funcionaba, de la misma manera que una economía de mercado permite experimentar a pequeña escala. Las familias que habían recibido sus tierras en alquiler de los colectivos se sentían incentivadas a trabajar duro y a pensar en formas más inteligentes de hacer las cosas, ya que se los premiaba directamente por su éxito. Los campos de cultivo se incrementaron rápidamente. El experimento se extendió: sólo el 1 por ciento de los colectivos había utilizado el «sistema de responsabilidad familiar» en 1979; para 1983, el 98 por ciento se adhirió a dicho sistema.

A estas reformas se unían otras medidas liberalizadoras: se permitió aumentar el precio de venta al por menor del cereal, incrementando así el incentivo para producir lo que se necesitaba; disminuyeron las restricciones al comercio entre regiones, con lo que cada región podía

disfrutar de su «ventaja comparativa»; las cuotas de producción fueron rápidamente abandonadas.

Los resultados fueron espectaculares: la producción agrícola aumentó un 10 por ciento al año durante la primera mitad de los años ochenta. Y aún más impresionante fue que más de la mitad del aumento era atribuible no al trabajo duro o al uso de más maquinaria, sino a métodos más eficientes de cultivo y recolección. Gran parte de ese aumento de productividad era directamente imputable al abandono del sistema de colectivos. Durante los cinco años que siguieron a las reformas, la renta media real de los agricultores se duplicó. No fue Mao quien logró el «gran salto adelante», sino Deng, utilizando el poder de los mercados y los precios.

Todas estas estadísticas se comprenden mejor al pensar en el capítulo tres y el mundo de la verdad. En parte por casualidad, en parte por una benéfica negligencia, y en parte a propósito, Deng introdujo el mundo de la verdad en la agricultura china. Aquellos que tuvieron buenas ideas, buena suerte y trabajaron duro prosperaron. Las malas ideas rápidamente se dejaron de lado; las buenas se esparcieron deprisa. Los agricultores cultivaron más productos rentables y dedicaron menos esfuerzo a los cultivos que eran difíciles de obtener; todo esto fue el nada sorprendente resultado de un sistema de precios. China había comenzado a caminar por la conocida como «senda capitalista». Un viaje así no podía completarse solamente con arroz. El éxito de las reformas agrícolas trajo consigo el impulso y el apoyo popular necesarios para que Deng siguiera adelante. La atención debía volverse ahora hacia el resto de la economía... y hacia las ciudades como Zhengzhou.

Invirtiendo para el futuro

Zhengzhou no es una ciudad maravillosa como Shanghai. Es fea, está atestada de gente y, a pesar de constituir una fundamental intersección de líneas del ferrocarril, es un tanto «estrecha de miras»: estuvimos alrededor de una semana en la zona de Zhengzhou y no vimos ni un solo rostro extranjero. Sin embargo, a su manera, Zhengzhou

es tan impresionante como Shangai. Del tamaño de Londres, lejos del mundo occidental, descrita cariñosamente en nuestra guía de viajes como «paradigma de una expansión urbana descontrolada y de planificación mal concebida», Zhengzhou, al menos, demuestra que la revolución económica china se ha difundido más allá de las provincias litorales. Por encima de la enorme estación de trenes surgen continuamente torres de cuarenta pisos; hay muchos bancos modernos, grandes almacenes gigantescos y hoteles, y enormes pasos elevados de hormigón. Los anuncios están por todas partes.

Construir esos edificios, vías de ferrocarril y carreteras requiere una gran inversión. Los economistas tienen una «etiqueta» para las carreteras y fábricas, edificios de oficinas y viviendas que son producto de la inversión: llaman a tales construcciones «capital»; y todo desarrollo sostenido necesita capital. El capital puede provenir de inversores privados, tanto nacionales como extranjeros, quienes esperan recuperar ganancias, o puede provenir del Estado, al gravar a la gente con impuestos e invertir lo recaudado, o mediante un programa de ahorro obligatorio.

El sentido común sugiere que si mañana quieres ser más rico que hoy, deberías invertir dinero en lugar de gastarlo en bienes y servicios de disfrute inmediato. Podrías invertirlo en educación, en una casa o en una cuenta bancaria. Hagas lo que hagas, si consumes menos hoy e inviertes el dinero, serás más rico mañana... si las inversiones son buenas. (Construir altos hornos en el jardín de enfrente no lo es; tampoco, construir una biblioteca con un techo con goteras.)

Una buena parte del desarrollo de los países se basa en el mismo simple principio de que ahorrar e invertir hoy te hará más rico mañana. Las tasas de ahorro han sido muy altas en las economías de rápido crecimiento de los países de la costa del Pacífico. Sin embargo, ésa no es toda la historia, como nos aprendimos en el capítulo ocho. Una economía de mercado no puede simplemente decidirse a ahorrar e invertir más. La mayoría de la gente ni se molesta en ahorrar en Camerún: tienen pocas formas de recuperar las inversiones en infraestructuras básicas como carreteras, y tienen muy poca fe en que les permitirán hacerlo si construyesen fábricas o tiendas. Las pocas excepciones, como el sector de la telefonía móvil, que puede financiarse

con tarjetas de prepago, han tenido el sensacional éxito que cabría esperar. Muchas economías pobres buscan inversiones extranjeras, pero no pueden mantener siquiera la confianza de sus ciudadanos, quienes están ansiosos por invertir su dinero en el exterior. Poco sorprendente resulta, pues, que las tasas de ahorro sean bajas, y que el porcentaje de tales ahorros invertidos dentro de Camerún sea aún más bajo. Sin ofrecer un clima seguro a la inversión, poco puede hacer el Gobierno de Camerún para fomentarlo.

El Gobierno socialista de China no tuvo problemas para acceder al capital. Mientras que una economía de mercado no puede simplemente decidir ahorrar e invertir más, una economía socialista sí, y a menudo lo hace. El capital provino de programas estatales; casi la totalidad del ahorro se debía al Estado o a empresas estatales. En ambos casos, se detraía el dinero de los bolsillos de los individuos y se invertía en su nombre. También había mucho capital disponible: alrededor de un tercio de la renta nacional se ahorró en lugar de consumirse, aproximadamente el doble que en Camerún.

En un principio, China consiguió obtener buenos resultados de dicho capital. A principios de los cincuenta, cuando el objetivo principal era reconstruir la infraestructura esencial y la industria, por cada 100 yuanes invertidos, se agregaban 40 yuanes a la producción anual de China, el cual es un resultado extraordinario. Esto no debería ser sorprendente. Los cometidos del Gobierno chino eran lo suficientemente claros: principalmente, reparar lo que había sido destruido durante la guerra y la revolución. Todo lo que se necesitaba era que el Gobierno diera las órdenes.

El problema llegó más tarde. Incluso dejando al margen el caos producido por el «Gran Salto Adelante» y la Revolución Cultural, el Estado chino descubrió que cada vez era más incapaz de sacar partido de sus inversiones. En la época de la muerte de Mao, en 1976, de cada 100 yuanes invertidos sólo se estaban añadiendo 18 yuanes a la producción anual de China. Esto suponía menos de la mitad de la eficiencia de dos décadas atrás. Dado que el Gobierno y las empresas estatales estaban, entre ellas, invirtiendo una tan considerable parte

de la renta de la nación, esta reducción en la eficiencia de las inversiones suponía un terrible desperdicio.

Un lector comprensivo podría concluir que era inevitable que el rendimiento decayera tras haberse realizado las inversiones obvias. Esto podría ser cierto para una economía de vanguardia como la de Japón o la de los Estados Unidos, pero en 1976 China aún era desesperadamente pobre. Poca gente tenía coche, teléfono, electricidad o agua corriente. En un país tan pobre, las inversiones apropiadas podían lograr rendimientos muy elevados al proveer servicios esenciales de la vida moderna. Había mucho en qué invertir, pero el Estado no sabía cómo hacerlo.

Mientras fue obvio qué ordenar a la gente hacer, construir o cultivar, esto no tenía demasiada importancia. Pero a medida que la población comenzaba a aumentar, la tecnología avanzaba y se realizaban un largo tiempo demandadas inversiones, las economías comunistas se alzaban más y más del recuerdo del sistema de precios. Las auténticas economías de mercado cambian rápidamente. En Corea del Sur, en los años setenta, entre el 80 y 90 por ciento de los trabajadores, la tierra y el capital estaban trabajando o siendo utilizados para distintos propósitos que en los años sesenta: en 1960, la producción agrícola representaba el 45 por ciento de la economía y la producción industrial suponía menos del 10 por ciento. A principios de los setenta, el sector industrial era de mayores dimensiones que el sector agrícola. Y lo que es más importante: dentro de estos sectores, los trabajadores estaban, continuamente, adiestrándose y volviéndose a formar en otra actividad distinta; y las empresas, creándose y desapareciendo. Las industrias de exportación coreanas solían fabricar juguetes y ropa interior, pero hoy en día fabrican chips de memoria y automóviles. Si en 1975 un planificador del Gobierno de Corea del Sur hubiera intentado dirigir la economía sobre la base de una anticuada información de 1960, el resultado hubiera sido una catástrofe. Afortunadamente, nadie lo hizo. Dejaron semejante locura para los norecoreanos. Las economías dirigidas de Corea del Norte, la Unión Soviética o China, simplemente, carecían de la información necesaria para continuar tomando las decisiones adecuadas.

A diferencia de Camerún, donde tanto ciudadanos como empresas tienen pocos incentivos para invertir, la China maoísta no tenía

problemas en cuanto a los incentivos: después de todo, los líderes tenían poder sobre la vida y la muerte de sus seguidores. Pero los incentivos solos no son suficientes. El capítulo tres demostraba que el mundo de la verdad creado por los mercados produce buenos resultados no sólo porque facilita incentivos, sino porque también genera información acerca de los costes y beneficios de todo tipo de bienes y servicios a través del sistema de precios. Los sistemas socialistas de la Unión Soviética y China proporcionaban los mayores incentivos imaginables, pero no la información necesaria para utilizarlos correctamente. En lugar de responder a las exigencias de los mercados mundiales, como lo hizo Corea del Sur, los chinos respondían a las exigencias de Mao: plantad las semillas más cerca unas de otras, matad a los pájaros, fundid vuestras herramientas para hacer nuevas herramientas.

Para sacar partido de las grandes sumas del capital inversor disponible, el Gobierno chino comenzó un gradual cambio hacia el sistema de mercado. Allí donde las exitosas reformas agrícolas habían preparado el terreno iban a proseguir unas reformas de toda la economía más complejas y de mayor alcance. Quince años después de que Deng llegase al poder, el rendimiento de las inversiones se había cuadruplicado; por cada 100 yuanes invertidos, la producción anual de China creció 72 yuanes: cada inversión se amortizó en sólo 500 días. Esto tampoco se debió a que el Gobierno hubiera reducido sus inversiones y seleccionado cuidadosamente sólo los mejores proyectos. Todo lo contrario: los niveles de inversión eran aún mayores que los de los años setenta. Resulta poco sorprendente que la economía creciera espectacularmente, pero ¿cómo se logró el alto rendimiento de las inversiones?

Creciendo sin el plan

Al igual que las economías del bloque soviético, el sector industrial de China estaba bajo el control de los planificadores. El plan especificaba, por ejemplo, que una acería en particular produciría cierta cantidad de acero, que ese acero se utilizaría para ciertos propósitos específicos y que una cantidad estándar de carbón (se consideraba que se requería 0,8 toneladas de carbón por cada tonelada de acero) sería entregada a

la acería para que la producción fuera posible, y así sucesivamente. Los cálculos requeridos eran tremendamente complejos, aun cuando se suponía que los burócratas auxiliares proporcionaban información verdadera sobre los costes y la calidad. (Todos tenían un incentivo para reclamar que la maquinaria y los materiales que debían administrar eran insuficientes y de baja calidad, y para reivindicar que, pese a todo ello, la producción era enorme y excelente. Sin un mundo de la verdad, era imposible desvelar la verdadera historia.) Pero, dejando al margen los fatales caprichos utópicos de Mao, un sistema así podía funcionar bastante bien durante un tiempo, ya que cada año los planificadores contaban con el plan del año anterior para utilizarlo como guía.

A medida que la economía crecía y cambiaba, el proceso de ajustar las necesidades de producción y de realizar inversiones de capital con inteligencia se fue volviendo cada vez más difícil: ésta es la razón por la cual el rendimiento del capital en China fue mucho más bajo en 1976 que en los años cincuenta. Un sistema de mercado hubiese resultado mucho mejor, pero no era fácil crear uno. Los mercados no funcionan correctamente sin instituciones que los apoyen: en una economía de mercado, la gente necesita bancos para obtener créditos comerciales, leyes de contratos para resolver disputas, y la seguridad de que sus ganancias no serán confiscadas. Tales instituciones no pueden crearse de la noche a la mañana. Mientras tanto, muchos trabajadores pertenecientes a una economía socialista son empleados en actividades improductivas y hasta podrían pasar hambre, a no ser que el proceso de ajuste fuese introducido paulatinamente o recibiesen algún tipo de compensación. Los problemas eran más graves para el sector industrial de la economía, ya que estaba más estrechamente vinculado al sistema de planificación: era el vehículo utilizado por el Gobierno para generar ahorros y era la fuente de la mayor parte de las inversiones gubernamentales.

Si Deng hubiese decidido, simplemente, abandonar el sistema de planificación y cambiarlo de la noche a la mañana por el de mercado, probablemente el resultado hubiese sido una carrera para establecer los derechos de propiedad, el colapso del sector financiero (porque muchos bancos estatales habrían realizado préstamos que nunca podrían ser devueltos), un generalizado desempleo, y hasta hambruna. Es concebible que determinadas cosas podrían haber salido bien

bastante rápidamente, pero también es probable que no fuera así. (En la ex Unión Soviética, en los años noventa, tal «terapia de choque» dio como resultado un colapso económico.)

Es más: semejantes reformas extremas habrían ido en contra de tantos intereses personales (incluyendo los de un gran número de gente normal y corriente) que quizá hubieran sido políticamente inviables. Deng, que había sido purgado dos veces bajo la presidencia de Mao, comprendía perfectamente el valor de la credibilidad política.

Así, Deng y los reformadores que compartían sus ideas adoptaron una estrategia más tímida. En 1985, el tamaño del «plan» fue congelado: los niveles de producción establecidos por el Gobierno no crecieron en la medida en que lo hacía la economía. En lugar de ello, las empresas de propiedad estatal fueron autorizadas a hacer lo que quisieran con cualquier producción extra. Los fabricantes de carbón eficientes comenzaron a notar que los fabricantes de acero eficientes desataban comprar carbón de más para fabricar más acero, el cual sería vendido a empresas constructoras eficientes. Las empresas no eficientes que intentaban expandirse no llegaron a ninguna parte.

Esta estrategia funcionó muy bien por varias razones. En primer lugar, era fácil de comprender, y el compromiso de congelar el tamaño del plan resultaba creíble. Era importante tener un compromiso que fuera creíble: si los planificadores hubieran intentado constantemente expandir y actualizar el plan a la luz de información que provenía del mercado complementario, dicho mercado rápidamente podría haber cesado de producir información útil. Los directores de las fábricas, al darse cuenta de que cualquier cambio exitoso que hicieran sería incluido rápidamente en el plan del año siguiente, se habrían estancado en las opciones seguras.

En segundo lugar, debido a que el plan se mantuvo en un punto fijo, se garantizó cierta estabilidad. Los trabajadores que tenían empleos pudieron mantenerlos. Se garantizó que las cosas no empeorarían (aunque si el crecimiento tenía éxito, existía la posibilidad de que mejoraran). Mucha gente se aferró a esa posibilidad, y prefirió muchas horas de trabajo y en malas condiciones en una fábrica textil a su anterior ocupación, en la que sacaban lo justo para vivir (o ni siquiera eso) en las tierras más marginales y áridas.

En tercer lugar, el mercado operaba exactamente donde se necesitaba: en el margen. Recordemos que los costes marginales y los beneficios marginales son lo que realmente importan para que una economía sea eficiente. Imagina la decisión de un director de fábrica tratando de decidir si producir o no una tonelada extra de acero, de la cual puede obtener ganancias. Si conoce el coste marginal (el coste de producir una tonelada extra) y el precio al que se le ofrece es un precio de mercado (el cual refleja los beneficios para algún otro de esa tonelada extra), entonces tomará la decisión más acertada: producirá si el precio es mayor que el costo marginal. La producción de la fábrica será eficiente.

Las decisiones sobre lo que sucederá con el resto del acero no son importantes si la cantidad de producción es eficiente. Nueve de cada diez toneladas podían ser producidas y distribuidas con arreglo al plan, pero es la decisión sobre la décima tonelada la que importa en términos de eficiencia.

Esto significó que las empresas eficientes se expandiesen para satisfacer la demanda extra: a la décima tonelada le siguieron la undécima y la duodécima. Esta demanda no provenía de los planificadores, sino de sectores en expansión de la economía, que realmente necesitaban oferta. Los directores comenzaron a guardar beneficios y a reinvertirlos; y así tenían un incentivo para asegurarse de que las inversiones fueran rentables.

Las empresas ineficientes, a diferencia de las anteriores, no crecieron. Mientras el Gobierno continuase subvencionándolas a través del plan (dejó de hacerlo, gradualmente, en los años noventa), podrían seguir produciendo eternamente, pero como la economía china era cuatro veces más próspera en 2003 de lo que había sido cuando el plan se congeló, en 1985, la importancia relativa de estas empresas rápidamente disminuyó. La economía, literalmente, creció al margen del plan.

Acceso y poder de la escasez

Sabemos que un sistema de mercado limita el poder de la escasez de las empresas; la mayoría de las compañías se enfrentan a la competencia, y los sectores de la economía que no son muy competitivos,

con el tiempo, suelen atraer nueva competencia. La competencia y el acceso libre de nuevas firmas al mercado, al limitar el poder de la escasez, fomentan poderosamente la producción eficiente, las nuevas ideas y la elección de consumo.

Los reformistas chinos necesitaban alentar la entrada en el mercado y limitar el poder de la escasez sin recurrir a la peligrosamente impredecible estrategia de una rápida liberalización. Esperaban mejorar el rendimiento del sector estatal, introducir nuevas compañías del sector público como competencia, fomentar gradualmente un sector privado y abrirse lentamente a la competencia internacional. Si una fuente de competencia no resultaba, siempre contaban con otra. Al principio, los competidores más importantes eran las «empresas municipales y comunales», propiedad del Gobierno local. Pese a su denominación, a menudo eran enormes monstruos industriales. Más adelante, también las empresas privadas y las compañías extranjeras fueron autorizadas a establecerse y crecer.

Aún en 1992, sólo el 14 por ciento de la producción industrial provenía de las empresas privadas o extranjeras, mientras que el sector estatal era responsable de casi la mitad de dicha producción. El resto estaba, en su mayoría, en manos de empresas municipales y comunales. El milagro económico chino, en realidad, no estaba en relación con la privatización. Lo que importaba no era quién poseía las empresas, sino que éstas se vieran obligadas a competir en un mercado relativamente libre, alejándose del poder de la escasez e introduciendo la información y los incentivos del mundo de la verdad.

Los efectos son, incluso, mensurables. Recuerda que, en el capítulo uno, descubrimos que las grandes ganancias, a menudo, constituían una señal de poder de la escasez. Si nuevas entradas al mercado y fuerte competencia estaban eliminando el poder de la escasez de las empresas de propiedad estatal, cabría esperar que su índice de beneficios disminuyese.

Y eso fue lo que, efectivamente, sucedió. Las empresas chinas, en los años ochenta, tenían índices de beneficios realmente altos: los de muchos sectores superaban el 50 por ciento (para una economía bastante competitiva, no sería previsible más del 20 por ciento y, a menudo, hasta mucho menos). Las ganancias también variaban mucho entre

sector y sector, dependiendo de la arbitraria fijación de precios del plan el índice de beneficios del sector de refinado del petróleo era de casi el 100 por ciento, mientras que el del sector de la minería del hierro era sólo del 7 por ciento. En todos los casos, el Gobierno confiscaba la ganancia y la reinvertía.

A medida que las reformas económicas comenzaron a surtir efecto, las ganancias comenzaron a descender; y también a aproximarse entre los sectores, ya que los más rentables de éstos se enfrentaron a la más feroz de las competencias por parte de las empresas municipales, privadas y extranjeras. Durante los noventa, los índices promedio de beneficios cayeron más de un tercio; en los sectores más jugosos cayeron al menos un 50 por ciento. El efecto de todo esto fue reducir el derecho, proporcionar a los clientes chinos un mejor rédito de su dinero y hacer de China un potencial jugador en los mercados mundiales. El poder de la escasez desapareció.

China y el mundo

Hubo momentos en la historia de China en los que el país era como una isla. Éste no es uno de ellos. Lejos de la costa, en ciudades tierra adentro como Xi'an y Zhengzhou, no es difícil encontrar Coca-Cola, McDonald's, salas de billar y cibercafés. En Shangai era prácticamente imposible escapar de marcas que nos resultaban familiares.

Quien haya visitado China a principios de los noventa puede afirmar que todo esto es bastante nuevo. Pero es más que una impresión anecdótica: las estadísticas cuentan la misma historia. Hasta hace poco, en 1990, China era un pececillo en el ámbito del comercio mundial. Los Estados Unidos y Alemania exportaban casi diez veces más que China. En el año 2004 China se convirtió en el cuarto mayor exportador del mundo, y hasta los Estados Unidos y Alemania exportan menos del doble que China. Esto no es casual. El notable ingreso de China en el escenario económico mundial ha sido una de las últimas medidas de la reforma económica china.

¿Por qué China necesita al mundo? Un país con más de mil millones de habitantes parece mejor posicionado para ser autosuficiente

que el resto. Sin embargo, la economía de China todavía era minúscula en 1978 (más pequeña que la de Bélgica) y los reformistas se dieron cuenta de que *interactuar* con el resto del mundo ayudaría. Existían tres ventajas: la primera era que China podía introducirse en los mercados mundiales de productos que requerían mano de obra intensiva: juguetes, calzados y ropa; la segunda, que las divisas que generaban estas exportaciones podían invertirse en materias primas y en nuevas tecnologías para desarrollar la economía; y, finalmente, que, al invitar a los inversores extranjeros, los chinos podían aprender de ellos técnicas modernas de producción y comercio (algo muy importante para un país que había sido comunista durante décadas). En el año 2004, China y Hong Kong consiguieron atraer más del 40 por ciento de toda la inversión extranjera directa en los países en vías de desarrollo del mundo. (India, el otro gigante asiático, atrajo un poco más del 2 por ciento.) Como dijimos en el capítulo nueve, una de las ventajas de tal inversión es que provee de capital a una economía, de forma que ésta no pueda retraerse inmediatamente si los inversores se ponen nerviosos. Esto les sucedió a los vecinos de China durante las crisis financieras asiáticas de 1997, cuando las inversiones puramente financieras, tales como préstamos, fueron retiradas muy rápidamente, con el pánico masivo de ese momento. La inversión de capital expande la capacidad futura de la economía, pero, como ya hemos visto, China no necesitaba extranjeros para que le suministrasen capital. Fue la experiencia lo que realmente contó: la experiencia, por ejemplo, en control de calidad o en logística.

Las firmas estadounidenses y japonesas invirtieron en transporte y electrónica, y así convirtieron a China en un fabricante de alta tecnología. Los efectos de estas inversiones se pueden ver en las estadísticas: hoy en día, China es el más grande productor de la mayoría de los aparatos electrónicos de consumo más importantes; más de la mitad de los reproductores de DVD y cámaras digitales del mundo se fabrican en China. También, se puede notar el efecto al recorrer el país: en los autobuses de los alrededores de Zhengzhou, me encontré rodeado de gente que hablaba por dispositivos electrónicos de última generación que nunca había visto antes y que no llegaron a mi país hasta meses más tarde. Los inversores extranjeros que posibilitaron la tec-

nología esperan un buen rendimiento de sus inversiones, pero es obvio que gran parte de ese dinero se está quedando en manos de los consumidores chinos.

La inversión extranjera ha constituido un factor fundamental para mantener en curso las reformas de China. Las firmas extranjeras no sólo aportaron capital, experiencia y conexiones con la economía mundial, sino que también continuaron con el proceso competitivo de las reformas anteriores al competir con las empresas locales de China, lo cual llevó a estas firmas a continuar mejorando su eficiencia.

Si la inversión extranjera supone un beneficio tan grande para la economía, ¿cómo lo hizo China? ¿Por qué el dinero no tuvo como destino India o Camerún?

La suerte juega un papel aquí. En contraposición a Camerún, los chinos poseían un mercado local sólido y de rápido crecimiento, siempre atractivo para los inversores extranjeros. Ningún líder camerunés, no importa cuánto talento tuviese, podía copiarlo: el destino tenía otros planes para Camerún. Sin embargo, no fue la suerte quien posibilitó el compromiso que asumió China respecto a la educación (un buen legado de los años comunistas), lo cual significó que para 1978 había una buena cantidad de trabajadores cualificados y potencialmente productivos esperando a inundar el mercado de talento cuando reventase el dique de la economía dirigida. El Gobierno de Camerún desperdició cada una de las oportunidades que tuvo para educar a su pueblo en los setenta, cuando el país era más rico que ahora. Pero la India también poseía un mercado importante y en crecimiento, y mano de obra instruida, aunque ese tipo de educación no es, en términos generales, tan accesible como en China; y, sin embargo, las estadísticas demuestran que, a pesar de la histeria popular con respecto a la deslocalización (fenómeno que supone la transferencia de empleos a otro país, bien mediante la subcontratación de empresas locales, bien estableciendo sucursales donde la mano de obra es barata), esto no ha sido suficiente como para atraer a inversores extranjeros.

China tenía otras ventajas naturales que la India no poseía. El, a menudo doloroso, proceso de intercambio económico internacional se suavizó y resultó más eficaz debido a las conexiones de la China continental con Hong Kong y Taiwán. Ambas constituían exitosas eco-

nomías integradas a nivel internacional en la época en la que China estaba muy aislada de los mercados mundiales y, a pesar de los distintos sistemas económicos, existían estrechos lazos familiares y de amistad entre los hombres de negocios de las tres economías. Estos vínculos sociales ayudaron a compensar los problemas en el sistema legal de China durante los primeros años de la reforma. China se esforzaba (y aún lo hace) por mejorar el marco comercial de los derechos de propiedad y las leyes de contratos, que todas las economías prósperas necesitan. Sin dicho marco, es difícil negociar con confianza. ¿Cómo puedes confiar en que tus socios no te estafarán? ¿Cómo puedes estar tranquilo si los funcionarios del Gobierno local pueden confiscar tus ganancias o tu propiedad?

Para los empresarios de Hong Kong y Taiwán, las relaciones personales significaban que, a menudo, podían confiar en las promesas, sin necesidad de una base legal. Un contrato formal hubiese sido mejor, pero la palabra de un hombre de negocios puede llegar a ser suficiente si la oportunidad de obtener ganancias es atractiva.

En este caso, ciertamente, lo era. Entre China y Hong Kong había un ajuste perfecto. Las firmas chinas, que producían bienes baratos, pero no estaban acostumbradas a las transacciones internacionales, aprovecharon al máximo la experiencia de los comerciantes de Hong Kong. Las exportaciones de China a Hong Kong aumentaron notablemente durante los años ochenta, y Hong Kong las reexportaba al mundo. Taiwán se les unió durante la década de los noventa. Como dijo el economista Dwight Perkins en ese momento: «Los formidables talentos en marketing de Hong Kong y Taiwán están siendo "injer-tados" en la capacidad manufacturera del continente».

India no tenía vecinos como Hong Kong y Taiwán, pero tampoco tenía interés en atraer extranjeros. El destacado economista indio Jagdish Bhagwati describió las políticas que su propio Gobierno llevó a cabo desde los años sesenta hasta los ochenta como «tres décadas de políticas liberales y autárquicas». En otras palabras, el Gobierno acabó con el mercado e hizo todo lo posible por evitar comercio e inversión algunas.

China, por otro lado, se esforzó por atraer a inversores extranjeros y aprovechó la conexión con Hong Kong y sus otros vecinos. El plan era crear «zonas económicas especiales», tales como Shenzhen, donde las reglas normales de la economía dirigida no se aplicaban a los inversores extranjeros. Paralelamente, la infraestructura de las zonas económicas especiales podría mejorarse rápidamente. Este método complementó perfectamente las conexiones de China con Hong Kong, Macao y Taiwán: las zonas estaban exclusivamente en la provincia de Guangdong, junto a Hong Kong y Macao, y Fujian, junto a Taiwán. Más de la mitad de las inversiones en China durante 1990 provenían de la diminuta colonia de Hong Kong, mientras que Japón y los Estados Unidos proporcionaban sólo una cuarta parte. Es más: casi la mitad de la inversión total llegó a Guangdong; Fujian fue el segundo receptor en importancia. La ciudad de Shenzhen, al otro lado de la frontera con Hong Kong, era un pueblo pesquero en 1980, cuando se convirtió en una zona económica especial. Veinte años más tarde, los promotores inmobiliarios comenzaron a derribar rascacielos a medio construir y construyeron rascacielos más grandes. Los chinos dicen: «Pensarás que eres rico hasta que pises Shenzhen».

Por más arbitrarias e injustas que fuesen, las zonas económicas especiales funcionaron al atraer inversores sin tener que poner patas arriba todo el sistema de la China continental. También proporcionaron un punto de apoyo para extender las reformas. Siempre que las regulaciones para las firmas extranjeras parecían funcionar, las autoridades comenzaron a aplicarlas sobre las firmas nacionales dentro de las zonas especiales. Luego las aplicaron a las empresas nacionales fuera de esas zonas. Otras provincias costeras observaron las florecientes economías de Fujian y Guangdong, y comenzaron a exigir privilegios similares. Las injustas o estrafalarias reglamentaciones eran rectificadas a medida que los inversores extranjeros protestaban contra cualquier trato de favor hacia las firmas nacionales, mientras que éstas, por su parte, burlaban los privilegios de las firmas extranjeras blancas cuando su dinero a través de Hong Kong y trayéndolo de vuelta como «inversión extranjera». Al igual que sucedió, a menudo, con el resto del programa de reformas de China, las buenas políticas fueron copias y las absurdas se desvanecieron con rapidez.

Epílogo: ¿importa la economía?

Este capítulo se denomina «Cómo China se hizo rica». Es una exageración. China no es rica... aún, pero se está enriqueciendo mucho más rápido que cualquier otro país de la historia.

Pero... ¿y qué? Este crecimiento económico lleva aparejado un enorme trastorno. La gente en China está confundida; muchos no tienen empleo o se sienten desplazados en la moderna China. Un grupo de trabajadores en Sichuan llegaron a creer que Mao dirigía una fábrica en el más allá (de acuerdo con los principios socialistas, naturalmente). Un informe asegura que algunos de ellos se suicidaron con el propósito de unirse a él.

Las películas chinas contemporáneas también cuentan historias de desconcierto y a veces angustiosa búsqueda. Muchas de ellas, como *Shower* y *Happy Times Hotel*, muestran cómo se separan las familias después de que alguien parte hacia Shenzhen a probar su suerte. Las películas muestran el dolor, pero no la riqueza. El mensaje es que las nuevas oportunidades están destruyendo el antiguo estilo de vida. Otro tema común es la confusión total: el desafortunado repartidor de *La bicicleta de Pekín* descubre que posee algo, en realidad, implica robarlo, y su intento por insertarse en el sistema capitalista termina en miseria y violencia. En la conmovedora farsa *Happy Times Hotel*, unos bienintencionados amigos, que quedan desempleados después de que cerrara la fábrica donde trabajaban, están tan ocupados en cuidar a una muchacha ciega, fingiendo con ello tener una ocupación, que no logran comprender que sería más fácil si simplemente tuvieran un trabajo real. La muchacha, que creció en el transcurso de los años noventa, es la única que llega a ver con claridad que posee la capacidad de ganarse la vida por sí misma.

No es fácil ser parte de la revolución. Los jóvenes que crecieron en la China rural durante los setenta trabajaban como parte de una comunidad agrícola, reuniendo «puntos por trabajo», haciendo lo que se les ordenaba, trasladándose donde se les decía y con las necesidades básicas cubiertas por la comunidad y el Estado. Sus hijos crecieron en una China distinta durante los años ochenta y los noventa. La vida era aún dura, pero había más dinero disponible y muchas

más opciones. La tierra tenía valor: a medida que los métodos agrícolas mejoraban, había menos necesidad de tener trabajadores «de repuesto» en las granjas. Algunos hicieron lo que sus padres tenían prohibido: vendieron sus tierras y se trasladaron a las ciudades en busca de empleo. Las migraciones destruyeron a muchas familias. Mientras surgían nuevas oportunidades, las antiguas medidas proteccionistas se desvanecieron a medida que algunas empresas estatales se volvían obsoletas.

Paralelamente, las condiciones en las fábricas eran terribles. Los empleados, que ganaban muy poco dinero, trabajaban durante largos turnos en dudosas condiciones de seguridad. Un reportero de la BBC recogió los relatos de Li Chun Mei, quien falleció a finales de 2001, cuando terminaba un turno de dieciséis horas; sus compañeros la hallaron en el suelo del cuarto de baño, expulsando sangre por la nariz y la boca. También la historia de Zhou Shien Pin, cuyos pies se fundieron cuando tocó un cable de alta tensión en una fábrica de pintura. ¿Ése es el precio del crecimiento económico? ¿Vale la pena?

Los economistas, como Paul Krugman, Martin Wolf y Jagdish Bhagwati, han intentado argumentar, reiteradas veces, que las *sweatshops* (fábricas donde se explota al trabajador) de China resultan mejores que las alternativas existentes. No es ésta, desde luego, una visión muy popular. Después de que el libro de Martin Wolf, *Why globalization Works* («Por qué funciona la globalización»), fuera criticado en el *Guardian Weekly*, el periódico publicó una estrafalaria carta de un lector que fantaseaba alegremente con que el mismo Wolf fuera obligado a trabajar en una de tales fábricas explotadoras.

Esta reacción es más o menos tan cruel como desear que alguien que lleve una camiseta con cuello tipo Mao sea condenada a morir de hambre; pero, además, es, incluso, una respuesta menos lógica. Martin Wolf no se equivoca al sugerir que las fábricas explotadoras son mejores que los horrores que las precedieron, y un paso hacia algo mejor. El «Gran Salto Adelante» de Mao fue un salto hacia el infierno.

Tampoco es injusto o irrelevante comparar a la China moderna con la utopía de Mao. Los países que son ricos o están creciendo a pasos agigantados han incorporado las lecciones básicas de la economía que hemos aprendido con este libro: combatir el poder de la escasez y la

corrupción: corregir las externalidades; intentar maximizar la información; acertar con los incentivos; relacionarse con otros países; y, sobre todo, incorporar mercados, los cuales realizan la mayoría de estas tareas al mismo tiempo. La pobreza de Camerún cuesta vidas (porque la pobreza mata), y también le quita a la gente su autonomía y capacidad para tomar decisiones importantes sobre sus propias vidas. India, que ha logrado más que Camerún pero que está muy por detrás de China, sigue siendo tan pobre que medio millón de sus habitantes están desfigurados como consecuencia de la lepra, una enfermedad que puede curarse por un precio insignificante. Mientras tanto, la Unión Soviética y la China comunista mataron a decenas de millones de personas, a menudo mediante el mero fracaso económico. La economía importa. El contraste entre Camerún, la India o la China de Mao y los Estados Unidos, Gran Bretaña o Bélgica no podría ser mayor.

Al fin y al cabo, la economía trata sobre la gente —algo que los economistas nunca han sabido explicar demasiado bien—. El crecimiento económico está en relación con una mejor calidad de vida para los ciudadanos: más opciones, menos temores, menos penurias y advertencias. Al igual que otros economistas, yo creo que las fábricas explotadoras de trabajadores son mejores que las alternativas y, sin duda alguna, mejores que la hambruna bajo el programa económico de Mao (el «Gran Salto Adelante»), o la que sufre la «moderna» Corea del Norte. Y es si no creyera que dichas fábricas suponen un paso hacia algo mejor, no sería un partidario tan entusiasta de las reformas de China.

Ésa es la razón por la cual me alegré tanto al enterarme de las últimas noticias sobre China. La riqueza no se ha distribuido equitativamente, pero lentamente se va filtrando, desde la Costa Dorada de Shangai y Shenzhen, hacia el interior. La economía nacional de China creció a un ritmo muy elevado (un 7,7 por ciento anual entre 1978 y 1991). Entre 1978 y 1995, dos tercios de las provincias de China crecieron con más rapidez que cualquier otro país del mundo. Pero lo que es más importante: la gente en China advierte la diferencia.

Tras años de pagar salarios bajos (debido a que la oferta de empleo migratorio proveniente de China parecía ilimitada), las fábricas de la Costa Dorada están comenzando a quedarse sin trabajadores serviciales. Las fábricas que son propiedad de extranjeros pagan salarios un poco más elevados, y gozan de una contratación más sencilla y de una menor rotación del personal. Pero los salarios deberán aumentarse; y las condiciones, mejorarse, porque la China interior está alcanzando esos niveles.

En 2003, Yang Li hizo lo que han hecho muchos trabajadores chinos: abandonó su hogar para trabajar en una *sweatshop* en el delta del río Pearl. Un mes más tarde, después de trabajar en turnos de trece horas, decidió regresar a su hogar y montó su propio negocio: un salón de peluquería. «Cada día en la fábrica era sólo trabajo y nada más que trabajo», comenta. «Mi vida aquí es cómoda.» Los padres de Yang Li tuvieron que sobrevivir a la Revolución Cultural; sus abuelos, al «Gran Salto Adelante». Yang Li tiene, realmente, alternativas y vive en un país donde esas alternativas significan algo para su calidad de vida. Probó el trabajo en la fábrica y se dio cuenta de que no era para ella. Ahora dice: «Puedo cerrar el salón cuando yo quiera».

La economía trata sobre la opción de Yang Li.

Introducción

La cita pertenece al libro de Paul Seabright titulado *The Company of Strangers*, Princeton: Princeton University Press, 2004, p. 15.

Capítulo uno

La explicación de los arrendamientos económicos facilitada por David Ricardo aparece en el libro *On the Principles of Political Economy and Taxation*, Londres, John Murray, 1817. El libro se encuentra disponible en Internet en el sitio: <http://www.econlib.org/library/Ricardo/ricPhrml>. Su ejemplo sobre los colonos que cultivan en tierras de distinta calidad se desarrolla en el capítulo dos.

La teoría de Ricardo aplicada a las empresas por John Kay se encuentra en *Foundations of Corporate Success*, Oxford: Oxford Paperbacks, 1995.

Si quieres saber más sobre el aspecto económico de las empresas delictivas, lee el trabajo de Steven D. Levitt y Sudhir Alladi Venkatesh, «An economic analysis of a drug-selling gang's finances», *NBER Working Paper Series*, 6592, junio de 1998; y el libro de Thomas Schelling, *Choice and Consequence*, Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press, 1984, capítulos siete y ocho.

Brian McManus explica ingeniosamente el coste subyacente de una