

Socialismo empresarial

Gabriela Calderón de Burgos - 25 de julio del 2014

En memoria de Carlos Ball (1940-2014), periodista venezolano que trabajó durante décadas para promover el liberalismo.

La semana pasada expliqué que las barreras comerciales constituyen distorsiones y competencia desleal a favor de un grupo selecto de empresarios e industrias. Siendo así, sale más rentable tener las conexiones precisas en el poder que invertir en mejorar los servicios y productos para ganarse la preferencia de los consumidores. Por eso es que el socialismo puede ser un muy buen negocio si uno tiene los contactos adecuados y sin importar que los consumidores sean perjudicados. No obstante, algunos sostienen que esos privilegios concedidos por el Estado a algunos empresarios son necesarios para generar empleo y promover la industria nacional. Estamos ante el tradicional socialismo empresarial.

Por razones de espacio no argumentaré en esta columna, como sí lo he hecho en otras, por qué en dolarización no es necesario administrar el comercio y por qué toda medida que restringe el comercio excluye a los ecuatorianos de los beneficios de la división internacional del trabajo. Aquí me limitaré a tratar la falacia de que el proteccionismo es necesario para crear empleo y fomentar la industria.

El periodista económico Henry Hazlitt en su libro *La economía en una lección* explicaba que esa “ilusión óptica” proviene de observar a un solo productor y sus trabajadores o a una sola industria. El último ejemplo de esto sería la industria nacional de textiles, cuyo gremio ha sido el promotor más visible del impuesto de \$ 42 sobre cada paquete de 4x4 comprado en internet. Los efectos visibles son que las restricciones comerciales de los últimos años le han permitido a esa industria crecer en un 100% entre 2009 y 2012 y que el aprovechamiento del resquicio de libre comercio que era el sistema 4x4 de compras por internet podría estar detrás de la reducción de esa tasa de crecimiento a un 20% en 2013.

Tomemos el ejemplo que utilizó Hazlitt: la protección de la producción estadounidense de suéteres. Supongamos que los estadounidenses pueden conseguir suéteres importados de Inglaterra por \$ 10 pero luego viene el gobierno de EE. UU. y en el “interés de la industria nacional de suéteres” coloca un arancel de \$ 5 a los suéteres ingleses. Los consumidores ahora podrán conseguir los suéteres ingleses por \$ 15, teniendo \$ 5 menos para destinar a otros productos y servicios. Si millones de consumidores hubiesen elegido libremente adonde colocar esos \$ 5 otras industrias hubieran aumentado su producción y empleo. La distorsión reduce el bienestar de los consumidores pero también el de los productores y sus trabajadores a largo plazo, pues desplaza los recursos escasos de la economía hacia las industrias menos eficientes, aquellas en las que no tienen ventaja comparativa y que no pueden sobrevivir frente a la competencia internacional –salvo con algún tipo de subsidio concedido por algún “padrino político”, como los llamaba el periodista venezolano Carlos Ball–. Estos subsidios no son

solamente aquellos que vemos reflejados en el presupuesto del Estado sino también el financiamiento barato, los aranceles, cuotas y demás barreras comerciales.

Las protecciones comerciales a largo plazo no promueven el empleo ni salarios reales más altos, tampoco fomentan la industria nacional. Todo lo contrario. Llenan la economía de empresas zombis que reducen la libertad de elegir de los consumidores y condenan a los trabajadores a permanecer en lo que Ball llamaba “industrias sin futuro”.