

El muro económico del proteccionismo (II)



ECON. ROBY ARBE
SALDAÑA, MBA

CATEDRÁTICO DE LA UNIVERSIDAD DE LIMA

NO OBSTANTE LAS reducciones hechas, General Motors (GM) no logró disminuir sus costos con la suficiente rapidez como para mantenerse al nivel del mercado de automóviles y camiones en constante declive.

Los precios de la gasolina aumentaron por encima del promedio histórico en una empresa en que sus principales

productos se encontraban focalizado hacia camiones, camionetas y vehículos todoterreno que consumían demasiada gasolina, y todo ello afectaba significativamente sus ventas. A finales de 2008, a medida que empeoraba la crisis económica, GM anunció planes para reducir 15,000 millones de dólares en costos y obtener 5,000 millones de dólares por la venta de activos, como su marca de vehículos todoterreno, Hummer.

Las medidas no fueron suficientes. En noviembre de 2008, GM había perdido más

de 18,000 millones de dólares en el año y aquí viene lo interesante: el Gobierno prestó a la compañía 20,000 millones de dólares para continuar con sus operaciones. Aun así, sus esfuerzos de reestructuración fueron insuficientes y el peso de los costos fijos de GM la llevó a la quiebra.

En los documentos ante los tribunales, la empresa reportaba 82,300 millones en activos y 172,800 millones en deuda. Cuando salió de la quiebra, GM era una compañía mucho más pequeña con tan solo cuatro marcas de automóviles

(en comparación con las ocho anteriores), una reducción de trabajadores sindicalizados de planta que supera los 20,000 empleados y otras 20 fábricas cerradas. En concreto, GM quiebra por no adecuarse a los estándares internacionales de competitividad.

Esto es un claro ejemplo de lo que se podría vislumbrar en el mediano plazo para la industria automotriz en Estados Unidos. Los modelos de proteccionismo y la economía planificada tienden a generar menos ingresos en el mediano y largo plazo. El proteccionis-

mo busca políticas económicas para proteger los propios productos del país, imponiendo limitaciones a la entrada de productos extranjeros, similares o iguales mediante la imposición de aranceles e impuestos a la importación, encareciendo así dicho producto de modo que no sea rentable. Sin embargo, estos modelos inhiben la productividad, eficiencia en costos e innovación.

Si se protegen a las empresas locales artificialmente con aranceles y otras trabas comerciales, las empresas

tienden a descuidar la investigación y la innovación, y pierden competitividad. El proteccionismo, los aranceles punitivos y las barreras comerciales tendrían, además, desastrosas consecuencias para el comercio y la economía mundial.

En América Latina vivimos el fracaso del modelo de industrialización por sustitución de importaciones impulsado por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal), modelo que comenzó en los años 50 y que terminó en los años 90.