

Mistrust in America could sink the economy. Part of the problem is a lack of competition in some industries

Enviado por cristobalrn en Lun, 08/21/2017 - 17:25

Cita:

The Economist [2017], "Mistrust in America could sink the economy. Part of the problem is a lack of competition in some industries", *The Economist*, London, 12 de agosto, <https://www.economist.com/news/business/21726079-part-problem-lack-compe...> [1]

Fuente:

The Economist

Fecha de publicación:

Sábado, Agosto 12, 2017

Revista descriptores:

Estatuto de la competencia en el capitalismo. Visión histórica y situación actual

Formas de la competencia entre grandes empresas [3]

Relaciones entre empresas estados y sociedad [4]

Tema:

La desconfianza de los consumidores hacia las empresas y entre las empresas como un factor que podría afectar la economía estadounidense

Idea principal:

Muchos males aquejan a los confundidos Estados Unidos. Para *The Economist*, una explicación de lo que va mal puede iniciar por la caída en la confianza al interior de ese país.

La confianza se define como la expectativa de que otras personas u organizaciones actuarán de una manera que es percibida como justa, clara y adecuada. En Estados Unidos, y en la Casa Blanca en particular, hay muy poco de eso. "Las personas ven cada vez más a las instituciones como corruptas, a los extraños como sospechosos, a los rivales como ilegítimos y a los hechos como negociables". Según una encuesta de la Universidad de Chicago, el porcentaje de los estadounidenses que creían que "se puede confiar en la mayor parte de las personas" cayó de 44% en 1976 a 32% en 2016. Esta caída en la confianza "contribuirá al debilitamiento de Estados Unidos y eventualmente, incluso, a la autocracia". La falta de confianza es lamentada en todos los sectores, incluso entre los altos ejecutivos de las grandes corporaciones. Por ejemplo, el jefe de JP Morgan Chase se refiere a la confianza como la "salsa secreta" de Estados Unidos y se dice preocupado frente al aparente vaciamiento de la botella de salsa.

Según la OCDE, aquellos países de entre sus miembros que tienen menores niveles de confianza son por mucho los más pobres (México y Turquía). ¿Cómo explicar entonces que aun cuando hay una creciente desconfianza en Estados Unidos haya un panorama favorable para sus negocios (el índice S&P500 está cerca de su máximo histórico)? ¿Cómo conciliar ambas afirmaciones?

La desconfianza en Estados Unidos proviene tanto de los consumidores como de las empresas. El porcentaje de consumidores que dice tener "poca o ninguna confianza" en las grandes empresas ha aumentado de 26% en 1976 a 39% en junio de 2017. En el caso de los bancos, la desconfianza se ha elevado de 10% en 1979 a 28% para este año. Las empresas han perdido la confianza de los consumidores debido a que han roto las promesas que tenían hacia sus empleados (empleo de por vida, pensiones generosas) y a las crisis que ha atravesado Estados Unidos, que han minado la reputación de las grandes empresas y de las finanzas.

A pesar de que han perdido la confianza de los consumidores, las grandes empresas siguen recibiendo enormes ganancias. Esto se explica por una disminución de la competencia en las últimas dos décadas en Estados Unidos. Cuando los mercados funcionan, las empresas que se portan mal pierden participación en el mercado. Sin embargo, por lo concentradas que están las industrias en Estados Unidos y el peso de los oligopolios, este no ha sido el caso. Hay empresas, como Wells Fargo y United Airlines, que a pesar de tener quejas en su contra por crear cuentas falsas y por la inseguridad de sus servicios, continúan aumentando sus ganancias anuales.

Aunque la confianza entre las empresas y entre las empresas y sus inversionistas es más sólida, hay señales claras de que la cautela está aumentando. Por ejemplo, las tasas de interés a las corporaciones y las primas de riesgo han aumentado considerablemente respecto de los 20 años previos a la crisis. Asimismo, los costos por litigios están aumentando como una señal de que "una mayor cantidad de los acuerdos corporativos terminan en lágrimas". Y los gastos en *lobby* han aumentado aceleradamente, lo que muestra que las empresas piensan que los políticos son corruptibles. Así, es probable que en el largo plazo las empresas se vuelvan tan desconfiadas como los consumidores, lo que tendría consecuencias sumamente negativas para la economía estadounidense.

Ante esta perspectiva de desconfianza, si sus contrapartes son menos fiables, las empresas podrían optar por fortalecer su "integración vertical" y generar una mayor cantidad de encadenamientos internos en lugar de adquirirlos en el mercado. De igual forma, si hay una mayor corrupción política, las empresas podrían ampliarse "horizontalmente", expandiéndose a nuevas industrias, gracias a sus contactos políticos y a su acceso privilegiado a favores y a capital (como sucede en muchos países en vías de desarrollo).

Para que esto no suceda en Estados Unidos es necesario un esfuerzo concertado para aumentar la confianza entre los consumidores y las empresas, y entre las propias empresas. Esto puede ser emprendido por las empresas pero, en última instancia, el gobierno tiene un papel central. El gobierno debe hacer cumplir las reglas de competencia para que las conductas inadecuadas sean castigadas y debe garantizar la independencia de las cortes y los reguladores. "No estamos cerca de que la desconfianza ponga al capitalismo estadounidense sobre sus rodillas. Pero el amplio *stock* de confianza del país, construido durante un siglo o

más, se está agotando rápidamente".

Nexo con el tema que estudiamos:

En el imaginario liberal, las relaciones de mercado son regidas por la igualdad, la libertad y la confianza. Si bien es cierto que este eslogan liberal nunca ha tenido verificación en la realidad, el llamado hecho por *The Economist* a recuperar la confianza parece particularmente ingenuo para una sociedad como la estadounidense en la cual hay una creciente polarización política y social, un autoritarismo se hace sentir cada vez más fuertemente, donde los monopolios son cada vez más grandes y poderosos y donde el nexo entre el poder económico y político es inocultable.

En el contexto de un autoritarismo creciente, el llamado a "mayor competencia" resulta anacrónico, pues los grandes poderes, incluyendo las grandes corporaciones "ineficientes", se harán aún más poderosos, gracias a la no intervención estatal. Siempre es útil recordar el nexo entre competencia y monopolio que explica de manera más adecuada el "éxito", temporal pero contundente, de las economías altamente monopolizadas.

Source URL (modified on 28 Agosto 2017 - 9:56pm): <http://let.iiec.unam.mx/node/1469>

Links

- [1] <https://www.economist.com/news/business/21726079-part-problem-lack-competition-some-industries-mistrust-america-could-sink>
- [2] <http://let.iiec.unam.mx/taxonomy/term/15>
- [3] <http://let.iiec.unam.mx/taxonomy/term/17>
- [4] <http://let.iiec.unam.mx/taxonomy/term/20>