



Diego Petersen Farah

Es la política, señores

¿Pueden coincidir en un planteamiento Carlos Slim y Andrés Manuel López Obrador? Claro que sí, aunque no estoy seguro de que un planteamiento similar signifique lo mismo. Tras la columna de la semana pasada donde ironizaba el "lo dije yo primero", varios lectores reprimaron que qué tenía de extraño que Slim y López Obrador coincidieran en el planteamiento de fortalecer el mercado interno. Lo más divertido, he de decir, fue la defensa que no pocos *pejistas* hicieron de Carlos Slim y su derecho al monopolio. Confieso que, aunque comparto la admiración por un personaje que tiene una visión increíble para hacer negocio ahí donde otros no lo ven, una capacidad de gestión impresionante y un espíritu para arriesgar e invertir poco común en este país, no acabo de entender donde el segundo hombre más rico del mundo hace tanto *click* con el *pejismo*. Pero ese es otro tema. El asunto es si realmente la propuesta de Slim es la misma que la de la izquierda mexicana. Yo creo que no, y corremos el riesgo de quedarnos en la superficie si atendemos sólo a lo dicho por ambos personajes.

El tema de fondo es qué entendemos por fortalecer el mercado interno. Esta idea, que por supuesto no es original de Andrés Manuel ni de Slim, tiene muchas aristas. En su libro *¿Y México por qué no?* (Fondo de Cultura Económica, 2008) Jorge G. Castañeda y Manuel Rodríguez citan al menos cuatro fuentes que plantean el problema del mercado interno mexicano. Cuatro fuentes tan distintas como López Obrador, Santiago Levy, el Banco Mundial y *The Economist*. Andrés Manuel

plantea "acabar con los monopolios económicos y políticos vinculados al mercado de bienes y servicios, regular y corregir los excesos de precios y costos exagerados en cemento, telefonía, electricidad, crédito y gasolina..." (p.31). Santiago Levy, que ideológicamente no está para nada cerca del PRD, plantea que una de las causas principales por la que México no puede crecer "son los altos costos de energía y telecomunicaciones asociados a monopolios existentes en estos sectores" (p.32) a saber: Telmex, CFE, Pemex. El Banco Mundial dice: "La existencia de monopolios, algunos privados y otros de gobierno, en la prestación de servicios públicos, como telecomunicaciones y energía eléctrica, genera costos altos desde una perspectiva internacional" (p.33). Finalmente, *The Economist* dice claramente que "México carece de una cultura de competencia". Pero no

sólo eso: a principios del sexenio de Calderón altos funcionarios de la administración planteaban que los monopolios eran una amenaza para el Estado y que una de las prioridades del nuevo gobierno debería ser el combate a todos estos esquemas concentradores de mercado y de poder.

Hay dos vías para fortalecer el mercado interno. Una es aumentando los ingresos de los mexicanos. Suena muy bonito pero sólo existen un par de caminos para que esto suceda: la primera es con un crecimiento real y acelerado de la economía, que es a fin de cuentas de lo que se trata el juego, pero que ha quedado demostrado que es imposible mientras mantengamos las taras históricas del sistema. El

segundo camino es aumentando por decreto los salarios lo que es imposible en una economía abierta, pero además resultaría absolutamente contraproducente por los efectos inflacionarios. La otra vía es propiciando la competencia (o lo que es lo mismo acotando los monopolios) lo que genera ahorros directos en los consumidores. La lógica indica que esto es lo correcto.

El problema es que cuando queremos aterrizar esta idea en la que todos coincidimos la puerquita comienza a torcer el rabo hasta convertirse en tirabuzón. ¿Slim estará dispuesto a que, para generar mercado interno, se abra la telefonía y se regule la competencia? ¿No fue Andrés Manuel, el otro gran promotor del mercado interno, el que se opuso a abrir Pemex porque eso era privatizador? ¿cómo se acaba con el monopolio petrolero si no se abre a la competencia? ¿No es el propio Presidente de la República, emanado del PAN, el que ha solapado y se ha asociado, por conveniencia política, al sindicato de maestros, uno de los monopolios más lesivos de este país? ¿No es el PRI el partido que ha protegido los intereses de los líderes obreros y los esquemas sindicales como el de Luz y Fuerza del Centro? ¿No son los empresarios más grandes de México los beneficiarios de esquemas monopólicos de mercado? Todos quieren acabar con el monopolio del vecino, pero nadie quiere que no se toque al propio.

Dejemos de hacernos bueyes: el problema del fortalecimiento del mercado interno es un asunto político. México está condenado al enanismo mientras no resolvamos el esquema de intereses cruzados



México está condenado al enanismo mientras no resolvamos el esquema de intereses cruzados que hemos mantenido como forma de "equilibrio" de poderes. La receta mágica del "mercado interno" no pasará de ser una frase "correcta" pero hueca mientras no exista voluntad política de hacer cambios estructurales que el país necesita para crecer

que hemos mantenido como forma de "equilibrio" de poderes. La receta mágica del "mercado interno" no pasará de ser una frase "correcta" pero hueca mientras no exista voluntad política de hacer cambios estructurales que el país necesita para crecer.

Bill Clinton le reventó en la cara a George Bush padre aquella famosa frase de "es la economía, imbécil" y con ella le ganó el debate y la presidencia en 1994. Quitándole lo de imbécil, para que nadie se sienta ofendido, en México el problema es anterior: "es la política, señores". ■■
diego.petersen@milenio.com

