



Sin fronteras

JOAQUÍN LÓPEZ-DÓRIGA OSTOLAZA

joaquinld@eleconomista.com.mx

La importancia del consumidor estadounidense

La gran importancia del consumidor estadounidense en la economía global es un tema crucial para explicar la profunda recesión que enfrentamos.

El consumidor estadounidense ahorra muy poco y vive con niveles de apalancamiento altos, manteniendo una propensión a consumir muy alta.

Dado que el consumo representa aproximadamente 70% del PIB en Estados Unidos, su importancia a nivel global es primordial. El consumo en EU representaba 18% del PIB global en el 2007, comparado con 15% en 1980.

Para poner este dato en perspectiva, la economía de China representaba 6% del PIB global mientras que México representaba el 1.7 por ciento. Es decir, **el consumidor**

estadounidense es casi tres veces mayor a la economía china y 10 veces mayor a la economía mexicana.

La pregunta obligada es, ¿cómo es posible que el consumo en EU creciera a una tasa más elevada que el PIB de EU durante tanto tiempo? La respuesta es el apalancamiento. **La globalización permitió que los países emergentes superavitarios en ahorro financiaran a los consumidores de los países desarrollados deficitarios en ahorro interno.** Hasta aquí todo bien, pero la historia no está completa hasta incluir el papel del sistema financiero internacional.

Los sistemas financieros de los países desarrollados, preocupados por la desaceleración económica del 2001-02, se dedicaron a inyectar liquidez y estimular el crédito.

El ingrediente final a este *cocktail* fue la

relajación de la regulación financiera que permitió a los intermediarios financieros incrementar sus niveles de apalancamiento a de manera irresponsable.

Entre el 2002 y el 2007, el consumidor

estadounidense aprovechó estas condiciones para llevar su tasa personal de ahorro a 0% comparado con un nivel histórico de 8 por ciento. **Millones de consumidores que nunca debieron ser sujetos de crédito recibieron financiamiento para comprar casas, automóviles y otros bienes de consumo duradero.**

A partir de mediados del 2008, el consumidor estadounidense enfrentó una caída estrepitosa en el valor de sus principales activos, su casa y su fondo de retiro; además de la creciente probabilidad de perder su trabajo. A esto se sumó que las fuentes de crédito a las que había



Fecha 16.04.2009	Sección Valores y Dinero	Página 11
----------------------------	------------------------------------	---------------------

tenido acceso casi irrestriicto desaparecieron.

Ante estas circunstancias, el consumidor estadounidense se apretó el cinturón, provocando una fuerte disminución en la demanda de bienes de consumo, sobre todo de bienes duraderos, provocando

una caída estrepitosa en el PIB de EU en el cuarto trimestre del 2008. Si bien el consumo en EU ha empezado a presentar señales de estabilización ante la magnitud de los estímulos económicos, será necesario ver una estabilización del merca-

do laboral para que realmente podamos afirmar que estamos entrando en las últimas etapas de esta recesión.

El martes analizaremos a mayor detalle el impacto de los estímulos económicos sobre el consumo. ■



El consumo será clave para la recuperación en EU.