El enigma de la balanza comercial de Estados Unidos.

El problema que plantea la persistenciadel déficit comercial de Estados Unidos continua intrigando, por lo que son de agradecer los comentarios que contribuyan a desentrañarlo.

Esto es lo que hace "The Wall Street Journal", que se sorprende, igual que otros, de que quince meses después que EE.UU., Japón, la República Federal, Gran Bretaña y Francia convinieron trabajar en común para reducir el valor del dólar con objeto de cambiar el signo de la balanza comercial americana continue ampliándose el saldo negativo de esta.

La Administración Reagan critica a la industria por no ser capaz de sacar provecho de la baja cotización del dólar incrementando sus ventas a otros países, y el mismo Paul Volker advirtió del reto que suponen para el empresariado estas nuevas oportunidades.

Las empresas, sin embargo, consideran injustas las críticas, en tanto en cuanto la modificación del cambio del dólar no ha afectado al comercio con competidores tan importantes como Canadá, Taiwan, Corea del Sur, Brasil y otros países cuyas monedas han seguido el curso del dólar. "No son ahora tanto los zapatos italianos los que nos causan daño; son los de Taiwan", afirma el presidente de la Federación de Fabricantes de Calzado de América.

Se trata, así, de saber como debe medirse el dólar y como cuantificar su caída. Los índices mayormente utilizados comparan el curso del dólar con el de los principales países:

Japón, Alemania, Francia, Italia... Respecto a estos, el dólar se ha depreciado sustancialmente -alrededor del 32%- desde que alcanzó su cotización más alta en 1.985.

Estos cálculos, no obstante, olvidan, en efecto, a aquellos otros países de Asia y Sudamérica, suministradores cada vez mayores de productos importados por Estados Unidos, de lo que resulta que si se consideran las monedas de los 25 principales proveedores de este país la devaluación del dólar no ha sido más que del 9%, y tal vez menos aún.

En el caso de Canadá, el fenómeno actua incluso en sentido inverso. Los intercambios entre este país y EE.UU. -principales clientes y proveedores mutuos- ascienden a unos 150.000 millones de dólares al año. Ahora bien: contrariamente a lo que ocurre con otros competidores, el dólar canadiense no sólo no se ha revaluado respecto al americano sino que se ha depreciado, haciendo los productos canadienses más atractivos para Estados Unidos y dando lugar de este modo a un mayor déficit comercial de este país (más de 25.000 millones de dólares). Por otro lado, no parece que Canadá esté dispuesto a facilitar la depreciación de su moneda en favor de una mejor balanza comercial de EE.UU., y recuerdan a este respecto los canadienses que la balanza de servicios es altamente favorable a este último país.

Taiwan, por otro lado, puede convertirse en el malo de la historia, a no ser que su moneda se fortalezca pronto y acusadamente. Su superávit comercial con EE.UU. es de cerca de 14.000 millones de dólares y altamente preocupante, pues se trata de un país sin problemas de deuda y con unas reservas que se supone alcanzan los 40.000 millones, lo que le convertiría en el segundo del mundo en este campo, detrás

de la Alemania Federal. ¿Por qué los EE.UU. han consentido la consolidación de un contendiente tan importante?. Las razones son probablemente múltiples, y entre ellas figura la circusntancia de que muchos de los fabricantes de Taiwan sean simples filiales de empresas norteamericanas. Por otro lado, no debe olvidarse que si Taiwan debiera ver disminuida su agresividad comercial no bastaría que reajustara su moneda, a menos que lo hiciera en un enorme 300%. De hecho, su competitividad es consecuencia de otros factores, entre los que destacan los costes salariales y la estructura fiscal.

Otro caso es Corea del Sur, país que, con una moneda ligada al dólar, se está beneficiando grandemente -con alrededor de 7.000 millones de superávit- de las dificultades que plantea a Japón el reforzamiento del yen. EE.UU, por supuesto, desearía que el won coreano se revaluara y el país perdiera capacidad de competencia, pero no es probable que insista mucho en ello. No debe olvidarse a este respecto que Corea del Sur es un escaparate capitalista en las mismas puertas de los imperios comunistas, y que le conviene que el escaparate reluzca cuanto más mejor.

Por lo que se refiere a Japón, en otro orden de cosas, la revaluación del yen en un 34% frente al dólar no ha servido para que se redujera el déficit comercial de Estados Unidos, que fue de 44.000 millones durante sólo los nueve primeros meses de 1.986 (el mismo, casi exactamente, que el de 1.985). Una razón para que esto ocurra es que las empresas japonesas no han reaccionado ante el cambio de situación de la forma que se había supuesto, y así se ha visto como, dispuestos a defender su cuota de mercado, los japoneses no han incrementado sus precios proporcionalmente a la revaluación del yen. En el caso de Toyota, por ejemplo, se cita un au-

mento de sus productos del 14% sólo; en el caso de Sony el aumento ha sido del 18%; porcentajes ambos bien alejados del 34% de la caída del dólar frente a la moneda japonesa.

Y aún tales incrementos han sido anulados por otros factores, como es el hecho de que los constructores de automóviles americanos hayan subido sus propios precios sin ganar así cuota de mercado; o por haber exportado los japoneses productos innovadores, como pequeños tocadiscos o registradores y cámaras para videocassettes de 8mm.

Sea como fuere, muchos creen aún que, a la larga, el fuerte yen ha de dar lugar a una reducción del déficit americano con Japón. La proporción del aumento del yen que los exportadores no transfieren a los importadores americanos ha de producir y produce menores beneficios a las empresas japonesas, las cuales tendrán que acusarlo más pronto o más tarde.

Un caso parecido a Japón es Alemania, que ha visto el marco revaluado en un 32% respecto al dólar, lo que no ha impedido que su superávit comercial con EE.UU. alcanzara los 11'4 mil millones de dólares durnate los nueve primeros meses de 1.986. Los productos alemanes, al igual que los japoneses, no se han mostrado muy sensibles a las variaciones de sus precios, y ha predominado la idea de prestigio y de calidad. Esto se puede apreciar en un buen número de productos, como los automóviles o las máquinas herramientas...