



REVALORIZANDO EL MERCADO INTERNO BOLIVIANO

Gonzalo M. Vidaurre Andrade¹

Diciembre - 2006

¹ Economista, especializado en Cuentas Nacionales, Balanza de Pagos e Indicadores Económicos del Centro de Estudios Monetarios de Latinoamérica y en la temática del desarrollo empresarial. Actualmente se desempeña como Subgerente de Investigación Económica de la Cámara Nacional de Industrias (CNI).

REVALORIZANDO EL MERCADO INTERNO BOLIVIANO

1. Introducción.

En economías con mercados domésticos reducidos, las exportaciones son generalmente el principal motor que está detrás del crecimiento. Este no ha sido el caso de Bolivia, si bien el desempeño de las exportaciones ha sido expectable durante los últimos años, este crecimiento no se ha traducido en expansión económica generalizada, por lo que la importancia de mantener un contexto expectable para las ventas externas debe combinarse necesariamente con una dinámica en el frente interno asociado con la reactivación del consumo y de la inversión doméstica.

Por ello, hablar sobre el mercado interno de Bolivia puede resultar muy escabroso y fuera de contexto, especialmente cuando los esfuerzos de los últimos años, luego de la estabilización de economía en 1985 y de las reformas estructurales en los años 90, consolidan a las exportaciones, junto con la captación de ahorro externo, como los pilares fundamentales para lograr un crecimiento sostenido, que disminuya significativamente los niveles de pobreza y acorte la brecha existente entre los pobres y los ricos.

El costo de valorar nuevamente el mercado interno, no solamente en términos económicos vinculados con la recuperación del ingreso nacional, enfrenta dimensiones políticas, sociales e inclusive psicológicas que tienen que ver con el comportamiento de los consumidores, quienes, en definitiva, son la razón de ser de y existir de un mercado interno fuertemente consolidado y con muy buena capacidad de compra, aspecto que no debe ser un atributo de los demás países, sino mas bien de un país como Bolivia que debe enfrentar esa valorización desde diversos frentes, donde se incluye al Estado, los empresarios y la sociedad civil.

En este contexto, el mercado interno depende exclusivamente de las decisiones de compra de los individuos y de las instituciones. Los individuos toman decisiones para gastar sus recursos disponibles de tiempo, esfuerzo y fundamentalmente dinero, en asuntos relacionados con el consumo de bienes y servicios, mientras que las instituciones (entre las que se incluye como agente principal al gobierno) compran productos, equipo y servicios para poder operar. Las decisiones de compra de estos agentes impactan positiva o negativamente en el desempeño de la economía global. De ahí su importancia de comprender su estructura, funcionamiento y agilizar sus operaciones

2. La dimensión del mercado interno

¿Cuanto esfuerzo hoy en día debemos poner para valorar en su correcta dimensión al mercado interno? Esto no sólo depende de la importancia relativa de la demanda

interna en términos macroeconómicos, sino mas bien en pro actividad y conciencia de reconocer que cada vez que se consume un producto, hecho con manos bolivianas, estamos contribuyendo a una redistribución efectiva del ingreso en forma de salarios para los trabajadores, impuestos para el gobierno y utilidades para los empresarios, independientemente de su escala o actividad sectorial.

Sin embargo, las cifras también son elocuentes para dimensionar el tamaño de este mercado. Las cuentas nacionales, en su tratamiento del Producto Interno Bruto por tipo de gasto, en este caso a precios corrientes, dimensionan en términos monetarios lo que significa el mercado interno. Con ello se advierte claramente que el movimiento monetario que realiza, por ejemplo el consumo de los hogares, incluso duplica al movimiento generado por las exportaciones, con todas las salvedades de comparación que puedan tener estas variables macroeconómicas.

Por lo tanto, para fines de análisis y de comprensión de las magnitudes que nos revela el mercado interno, diremos, para el año 2005 (INE 2006), el valor total de la producción de bienes y servicios producidos en la economía boliviana, es decir el PIB, alcanzó a la cifra de 9,358 millones de dólares a los cuales sumados el valor total de las importaciones de la misma gestión, que alcanzó la cifra de 3,070 millones, da como resultado la oferta total de bienes y servicios de 12,428 millones de dólares.

Como la oferta debe ser igual a la demanda, las Cuentas Nacionales distribuyen este total de oferta en los componentes principales de la demanda global dando como resultado la distribución que se observa el cuadro siguiente:

Cuadro 1.
Magnitudes de la Oferta y Demanda Global en Bolivia – Millones de dólares

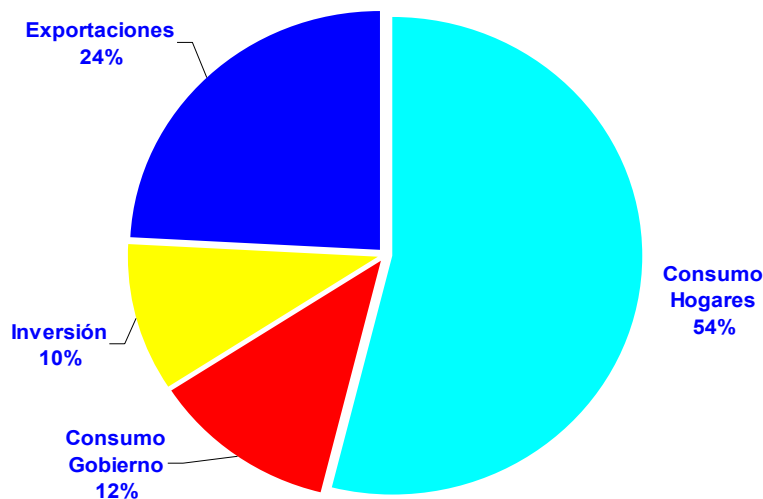
Producción (PIB)	→	9,358	}	Oferta	total
Importaciones	→	3,070			
Consumo del Gobierno	→	1,336	}	Demanda	} Demanda total
Consumo de los hogares	→	6,402			
Inversión Bruta	→	1,287			
Exportaciones	→	3,403	}	Demanda	

Fuente: INE.

Por lo tanto, el mercado interno está aproximado, básicamente, por la demanda final, cuyos componentes básicos son el consumo de los hogares, el consumo del gobierno y la inversión bruta. Como se podrá observar, examinando las magnitudes, el consumo

de las familias representa un movimiento económico de 6,402 millones de dólares anuales, es decir dos veces el valor de las actuales exportaciones. Por su parte, el consumo del Gobierno representa un movimiento de 1,336 millones de dólares y la inversión bruta de 1,287 millones de dólares. La composición estructural de la demanda final se aprecia en el gráfico 1.

Gráfico 1.
Composición de la Demanda Final – en %



Fuente: INE.

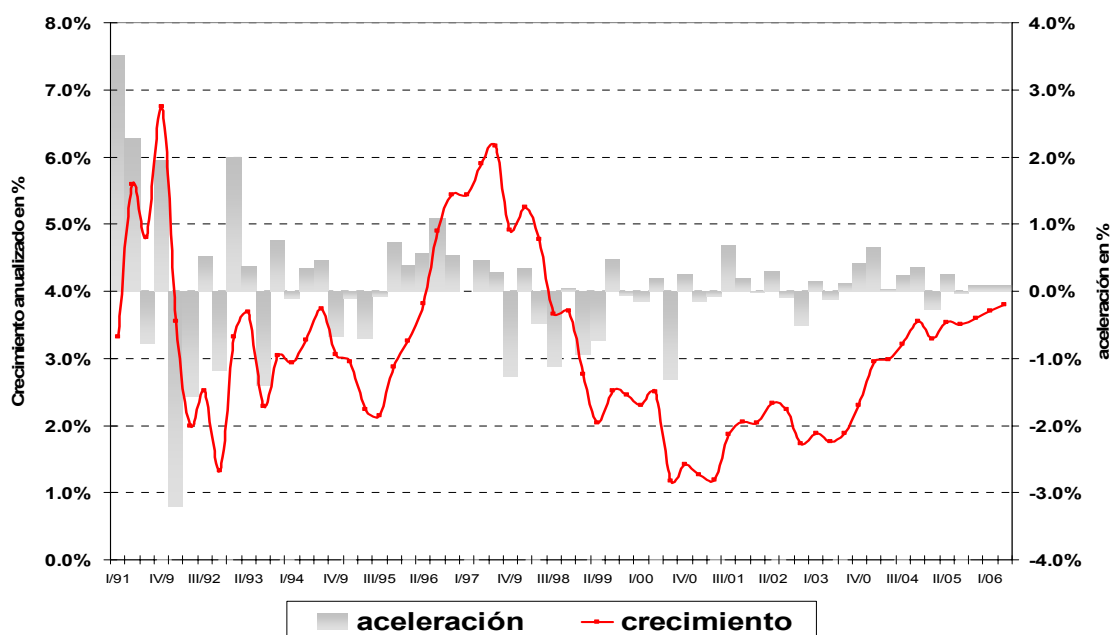
En este contexto actual, bien vale la pena examinar el significado del mercado interno boliviano en sus principales magnitudes, y comprender que su desarrollo puede generar niveles de crecimiento mayores, inclusive al de las exportaciones y al ahorro externo generado través de la Inversión Extranjera Directa (IED) que el pasado año fue decreciente e incluso negativa y que hasta finales de la gestión se prevé será de aproximadamente 100 millones de dólares. Por ello, la dinámica del mercado interno, basado en el consumo de las familias, el consumo del Gobierno y la inversión doméstica (pública y privada) son determinantes en el momento de plantear alternativas al crecimiento económico, con una fuerte dosis de complementariedad con el comercio exterior a través de las ventas externas a terceros países.

En términos del PIB, la demanda interna, compuesta por el consumo de los hogares, el consumo del Gobierno y la Inversión bruta son equivalentes a un 74% del PIB, en tanto que las exportaciones representan el 26% restante.

El consumo de las familias, tal como lo muestra el gráfico 2, crece muy lentamente, casi inercialmente, como lo hace la tasa natural de crecimiento poblacional. Esto quiere decir que Bolivia satisface, como mínimo, las necesidades básicas de la población emergente y no hay un desarrollo acelerado del consumo como existe en otros países.

En Bolivia el la tasa de crecimiento del consumo se mantiene en promedio en un 2 a 3% mientras que en la Argentina, Por ejemplo, el crecimiento del consumo es del 8%, en Chile del 7%, en Perú y Paraguay del 5% (CEPAL 2005).

Gráfico 2
Bolivia: Tasa de crecimiento anualizada del consumo de los hogares – en %



Fuente: Elaboración con datos del INE.

Por su parte, el consumo del gobierno² es errático en su comportamiento, es decir varía de acuerdo con la coyuntura política del momento pues consume más o menos bienes y servicios acorde con las expectativas de gasto fiscal; por tanto, presenta un comportamiento poco predecible que haga pensar en un consumo constante por parte de la administración pública. Lo que esperan los agentes económicos, aunque es muy poco probable que esto ocurra por la experiencia pasada, es que la planificación del gasto gubernamental se cumpla de manera que se prevea la satisfacción de la demanda pública por bienes y servicios, especialmente aquellos de la industria nacional.

Gráfico 3

² El consumo del Gobierno está compuesto por las compras de bienes y servicios que realiza anualmente al sector privado y que son necesarios para el funcionamiento de la administración pública. Las compras estatales son un capítulo muy importante dentro de lo que significa el dinamismo de la actividad económica interna, inclusive hoy en día muy ligada al tratamiento de los acuerdos comerciales.

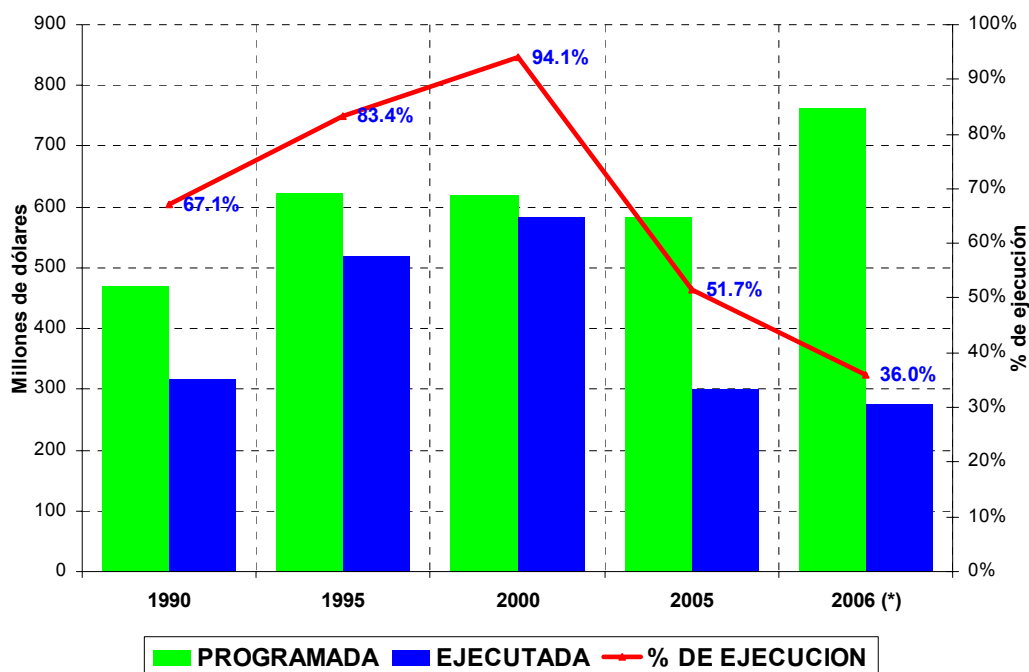
Bolivia: Tasa de crecimiento anualizada del consumo del gobierno – en %



Fuente: Elaboración con datos del INE.

Finalmente, el otro elemento dinamizador del mercado interno, quizá el más importante en cuanto a sus interrelaciones directas con el crecimiento económico es la inversión bruta, compuesta por la inversión privada nacional, la inversión pública y la inversión extranjera. La inversión privada es casi inexistente, de elevada fluctuación anual y muy dependiente del clima de inversiones que presente la región hacia donde se encamine el flujo. Por su parte, la Inversión Pública, elemento dinamizador ante la notoria ausencia de la inversión privada, presenta tasas muy bajas de ejecución presupuestaria, explicado por factores estructurales y normativos que hace que su cumplimiento sea burocrático y excesivamente lento. A menudo, a mediados de cada gestión fiscal, la ejecución de los recursos alcanza al 30% en promedio y éstos están concentrados en el contexto local, responsabilidad de las Prefecturas y de los Municipios.

Gráfico 4
Bolivia: programación y ejecución de la Inversión Pública – en millones de dólares



Fuente: Elaboración con datos del INE.

3. La demanda interna en otros países.

Al efectuar una comparación de Bolivia con los principales países limítrofes, incluida Venezuela se observa que la importancia de los mercados internos en los respectivos países es también relevante y, cuando su incidencia es menor, es precisamente porque el nivel de sus exportaciones es relevante, al menos en el corto plazo.

Este panorama da una idea acerca de la importancia de “cuidar” el mercado interno porque se constituye en la fuente natural de surgimiento de nuevos emprendimientos, además la experiencia, al menos en Bolivia, demuestra que las empresas consolidaron primero su posición en el mercado interno y luego iniciaron su proceso exportador. En el caso de Argentina, por ejemplo, el 79% de la demanda total es demanda interna; más aún en el Brasil el tamaño relativo del mercado interno se calcula en un 84% de la demanda total al igual que el Perú con un 82%. Por su parte Paraguay, Chile y Venezuela muestran entre un 69 y 70% de la demanda interna respecto a su demanda total. Ver el cuadro 2.

Cuadro 2.

Países seleccionados: Composición de la Oferta y Demanda Total – en %.

	Argentina	Bolivia	Brasil	Chile	Peru	Paraguay	Venezuela
Oferta Global	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
PIB	85%	79%	88%	76%	85%	67%	83%
Importaciones	15%	21%	12%	24%	15%	33%	17%
Demanda Global	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Demanda Interna	79%	76%	84%	69%	82%	69%	70%
Consumo Privado	53%	54%	49%	44%	58%	49%	41%
Consumo Gobierno	9%	12%	17%	9%	8%	7%	11%
Inversión	16%	10%	19%	16%	16%	14%	18%
Demanda Externa	21%	24%	16%	31%	18%	31%	30%

Fuente: Elaboración con datos de la CEPAL.

4. La perspectiva actual del mercado interno.

Desde el año 2003, se ha observado un panorama favorable en el contexto económico mundial que ha incrementado la producción y el comercio favoreciendo al desarrollo de las exportaciones e incrementando los niveles de inversión. Para Bolivia, el ciclo expansivo de la economía mundial no ha sido indiferente pues, como no ocurría en muchos años, se ha triplicado el valor de las exportaciones. Sin embargo, lo que no se ha advertido ha sido precisamente la capacidad del país de convertir este excedente generado por el mercado externo en un elemento dinamizador del contexto interno que reactive el consumo y la inversión doméstica.

Según la Comisión Económica para América Latina (CEPAL) Bolivia experimentó durante el año 2005 una expansión económica del 4% y se espera que el año 2006 el ritmo de expansión sea igual o superior a esa cifra, a pesar de los problemas de carácter político y social que caracterizan la coyuntura boliviana. Sin embargo, detrás del expectable crecimiento, tal como lo muestra la CEPAL, por el lado de la demanda, el consumo de los hogares creció en un 3%, el consumo del Gobierno lo hizo en un 0.5% mientras que la inversión total creció apenas en un 2.8%, y donde la inversión doméstica disminuyó en el orden del 6%. Se puede afirmar, entonces, que el crecimiento boliviano estuvo explicado, una vez más, por el notable desempeño del comercio externo.

5. Conclusiones.

¿Qué se debe hacer para que la demanda interna crezca con más fuerza y posibilite un incremento mayor a aquel que hoy es explicado por el contexto externo? Fundamentalmente, hay que dinamizar la demanda, incrementar los niveles de consumo que hoy representan el 68% del PIB, aumentar el gasto del gobierno en la compra de bienes y servicios que hoy representa el 14% del PIB y estimular la inversión doméstica que apenas representa el 5% del PIB.

Consecuentemente, este estímulo de la demanda, como una expresión del mercado interno deber ser considerado entre los objetivos de política económica de manera que los beneficios del crecimiento sean compartidos. Esta no es una tarea fácil, considerando que el crecimiento económico no sólo se encuentra asociado a una relación capital producto, sino tiene que ver también con factores micro y meso económicos: los primeros vinculados con la productividad de las empresas y los otros relacionados con la institucionalidad vigente, que hace que las operaciones de producción y servicios deban desempeñarse en un contexto favorable.

La primera prioridad para que esto ocurra es establecer las condiciones necesarias para el crecimiento del sector privado y que están vinculadas con el mejoramiento del ambiente de inversión, el aumento de la productividad y el fortalecimiento de las políticas comerciales internas y, por supuesto, la integración a los mercados mundiales que posibilite la redistribución del ingreso generado por las exportaciones.

Por ello, se necesita la ejecución de una política de desarrollo y reactivación del mercado interno que enfrente prioritariamente los siguientes aspectos:

- a) Desplazamiento del contrabando y la informalidad que generan el 70% del comercio ilegal, y que ha generado la contracción de la oferta productiva de muchas industrias y ha logrado cambiar el destino del consumo de bienes nacionales hacia bienes importados.
- b) Dinamizar las acciones gubernamentales del programa COMPRO BOLIVIANO, de manera que las entidades públicas dirijan los recursos hacia la compra de bienes nacionales, previa certificación de calidad y concordancia de precios evitando la competencia desleal que impone el contrabando.
- c) Dinamizar el gasto gubernamental en su componente de inversión pública eliminando todos aquellos factores que restringen la ejecución puntual y ordenada de los recursos para el desarrollo de infraestructura y de apoyo a la producción.
- d) Consolidar la conciencia del Hecho en Bolivia a efectos de combatir y cambiar los patrones de consumo de la sociedad, valorizando el mercado de bienes nacionales que han logrado elevar su calidad y competir en precio.

- e) Diseño de sistemas de información sobre la oferta boliviana de productos junto con la creación de centros de exposición de la oferta de manera de posicionar en la mente de consumidores bolivianos la calidad y precio del bien manufacturado nacional.
- f) Promocionar la inversión doméstica, muy deprimidas durante los últimos diez años, dirigiendo los esfuerzos hacia una reversión de la imagen país que transmita la percepción de un contexto de negocios seguro y confiable.
- g) Examinar la política macroeconómica de expansión fiscal sin descuidar componentes inflacionarios que atenten contra la estabilidad, pero que puedan dinamizar el mercado de bienes a través de una mayor capacidad de compra de la población.

Estas acciones deben estar integradas en las siguientes políticas coordinadas entre el sector público y el sector privado:

- *Política de fomento a la articulación productiva*, cuyas acciones posibiliten integrar la oferta industrial fragmentada, especialmente en las pequeñas y microempresas que actualmente cuentan con techos a su crecimiento productivo.
- *Política de desarrollo tecnológico e innovación*, cuyas acciones pretenden reestablecer acciones conjuntas para el vínculo universidad empresa e integrar la demanda y oferta de servicios de desarrollo tecnológico.
- *Política de capacitación y desarrollo empresarial* que busca disminuir el déficit de capacitación en la gestión gerencia y la gestión técnica para aumentar sustancialmente la productividad de los factores.
- *Política de inversiones*, acciones destinadas a revertir la imagen de la inseguridad jurídica del país y consolidar la base para la promoción de inversiones en el mediano plazo dado el contexto actual y la visión país de la nueva administración.
- *Política de infraestructura productiva*, cuyas acciones se deben encaminar hacia el mejoramiento sustancial de la infraestructura física de servicios básicos y de transporte de los productos con alto valor agregado.

Finalmente, debemos ser pro activos también en reconocer, si es que no lo hemos hecho aun, de que la fortaleza de un Estado Nacional, cuya función es la de la redistribución de la riqueza generada por las empresas, a través de los impuestos, es una tarea a encarar en el corto plazo. De nada sirve plantear, hoy en día, el crecimiento de los ingresos fiscales sin un programa distributivo que garantice que la renta

generada dinamice el flujo circular de la economía de forma virtuosa sin distorsiones generadas en los ámbitos de la corrupción y de la informalidad.