

El “efecto olímpico” en el comercio

Los países que se postulan como sede de los juegos olímpicos señalan así que están preparados para liberalizar su comercio exterior

Andrew K. Rose y Mark M. Spiegel

EN general, los economistas reaccionan con suspicacia frente a los argumentos sobre el suministro público de infraestructura para competiciones deportivas, y con buena razón. Normalmente, quienes respaldan la construcción de nuevos estadios o la organización de enormes espectáculos deportivos lo hacen con motivos ingenuos o de interés personal. En la práctica, estos eventos tienen un alto costo, sobre todo para los países en desarrollo. Se estima que las ceremonias de apertura de las Olimpiadas de Beijing en 2008 costaron más de US\$100 millones (mientras que al menos 100 millones de chinos viven con menos de US\$1 por día).

Recientemente, Río de Janeiro se ganó el derecho a ser sede de las Olimpiadas de 2016 con una propuesta de US\$15.000 millones, monto equivalente a más de US\$2.000 por cada habitante de esa ciudad incluso sin contar los sobrecostos previstos. Una buena parte de esos fondos se usarán para mejorar el sistema de transporte, inversión que se justifica aun sin el incentivo de las Olimpiadas. ¿Deberían las decisiones sobre inversión a largo plazo estar condicionadas a una demanda máxima que solo durará dos semanas y media? En general, a los economistas les resulta difícil entender los motivos para ofrecerse como sede de un evento como las olimpiadas. Los efectos económicos netos directos son importantes solo en contadas ocasiones y en general son negativos, y las utilidades no económicas son difíciles de verificar. ¿Se justifica el uso del erario público para financiar estos espectáculos? Tal vez: las autoridades y la población rara vez comparten las dudas de los economistas. De hecho, los países compiten ferozmente por el derecho a servir de sede. ¿Es posible que los economistas estén pasando algo por alto?

Ciertamente, según el Comité Olímpico Internacional (COI). Los juegos olímpicos, sostiene el COI, despiertan

el interés de los visitantes por los atractivos y productos de la ciudad sede. Este argumento responde a la opinión de que las olimpiadas promueven las exportaciones del país, especialmente el turismo. Este razonamiento nos merece dudas: aparentemente, un posible auge de las exportaciones promovido por las olimpiadas será limitado y efímero. Por consiguiente, iniciamos nuestra investigación con un análisis empírico de esta teoría.

Usamos un modelo “gravitacional” del comercio, según el cual el volumen de comercio entre dos países será una función de la distancia entre ellos y de varias otras variables explicativas. Se ha demostrado que este modelo explica en gran medida la variación de los niveles de comercio entre países. También añadimos una variable para tener en cuenta los efectos persistentes de las olimpiadas. Se observó que estas tienen un efecto positivo importante (superior en un 30%) en las exportaciones. Por tanto, nuestro escepticismo



Ceremonia de apertura de la Olimpiada de Barcelona en 1992.

pareció injustificado: el “efecto olímpico” permanente en el comercio es fuerte y positivo.

En nuestro estudio de 2009 observamos que todo el comercio aumenta; las importaciones aumentan en la misma medida que las exportaciones. Los resultados se sometieron también a una serie de análisis de sensibilidad. El “efecto olímpico” en el comercio es siempre positivo y considerable. Seguidamente, estudiamos otros espectáculos de gran magnitud como la Copa Mundial y las ferias internacionales, y comprobamos que también tienen un fuerte efecto positivo en el comercio.

¿Por qué aumenta el comercio en los países que actúan como sede de estas ceremonias? Las pruebas causales parecen indicar que de hecho los países anfitriones liberalizan su comercio. En julio de 2001 Beijing fue la ciudad elegida como sede olímpica. Dos meses más tarde, China concluyó exitosamente sus negociaciones con la Organización Mundial del Comercio (OMC), formalizando así su compromiso de liberalización. Esta no es una coincidencia aislada. Italia inició la convertibilidad monetaria, se incorporó a las Naciones Unidas e inició las negociaciones que propiciaron el Tratado de Roma y la creación de la CEE en 1955, el mismo año en que Roma fue elegida sede de los Juegos Olímpicos de 1960. La Olimpiada de Tokio de 1964 coincidió con el ingreso de Japón al FMI y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). Barcelona fue nombrada sede olímpica en 1986, el mismo año en que España se incorporó a la CEE. La decisión de nombrar a Corea sede de la Olimpiada de 1988 coincidió con la liberalización política en ese país. Esta correlación trasciende los juegos olímpicos: la Copa Mundial de 1986 tuvo lugar en México y coincidió con la liberalización del comercio y la incorporación de ese país al GATT.

Por tanto, la verdadera explicación del “efecto olímpico” en el comercio parece ser que los países que lo liberalizan actúan simultáneamente como sede de grandes actos deportivos. El desempeño de esa función induce quizá la liberalización gracias a las actividades o a la infraestructura que trae asociadas.

Puesto que el acto de servir como sede no tiene efectos calculables distintos de los obtenidos por los aspirantes que fracasan, concluimos que el hecho de presentar una propuesta sería —exitosa o no— constituye en sí una señal. Dado que estas propuestas generalmente van seguidas de la adopción de medidas de liberalización, parece lógico suponer que el intento por actuar como sede constituye una señal de que el país desea liberalizar su comercio exterior.

¿Por qué desearía un país enviar una señal de tan alto costo? Usamos un modelo en el que el envío de esa señal genera inversiones adicionales irreversibles asociadas con el comercio y, lo que importa más, crea un clima político en el que el costo de dar marcha atrás —tanto en lo que respecta al evento en cuestión como a la liberalización— es prohibitivo. Los grandes programas de liberalización —como las grandes ceremonias deportivas— son sucesos excepcionales, costosos y sumamente visibles, con un largo período de gestación. No obstante, sus beneficios a largo plazo pueden compensar con

creces los costos a corto plazo de actuar como sede y, por consiguiente, parece acertado vincular ambos frente a la opinión pública. Los costos generalmente son asumidos por los sectores de la economía que más se benefician con la liberalización del comercio, como la ciudad sede y el gobierno nacional. Esta armonización de costos y beneficios transforma la puja por la sede en una señal efectiva de liberalización.

En nuestro estudio se omiten algunos aspectos. Brasil actuará como anfitrión de la Olimpiada de 2016 y, en 2014, de la Copa Mundial de Fútbol. Si los países usan la puja por la sede de un determinado evento como señal de que se están abriendo al mundo, ¿qué motivos podrían tener para presentar repetidamente su candidatura para otros eventos? Vancouver fue sede de la Olimpiada de Invierno de 2010, y la Olimpiada de Verano de 2012 tendrá lugar en Londres. ¿Qué ventajas puede obtener una economía liberal al ofrecerse como anfitrión? ¿Qué habría ganado Estados Unidos de haberse adjudicado —por octava vez— la sede de las olimpiadas? Evidentemente, otros factores motivan a las economías liberales a ofrecerse como sede, si bien el argumento fundamental podría ampliarse fácilmente a fin de incluir las pujas múltiples en un contexto en el que la reputación disminuye con el tiempo y debe reforzarse repitiendo las señales. Además, existen otros medios para enviar señales de liberalización. ¿Qué beneficios pueden obtenerse al actuar como sede de un gran espectáculo deportivo? Indudablemente, el problema es más complejo y queda mucho por investigar. No obstante, nuestro argumento parece acertado, sobre todo cuando se aplica a las economías emergentes que están a punto de adquirir cierta influencia internacional. La Olimpiada de 2014 tendrá lugar en Rusia; la Copa Mundial de 2010 se celebrará en Sudáfrica. Para esos países —y quizá para Brasil también— esto constituye una declaración patente de que se están transformando en miembros responsables de la comunidad mundial. Las ventajas que esto supone podrían contrarrestar el enorme costo de servir como sede.

La liberalización siempre es difícil; la mayoría de los países que la inician jamás la terminan. Por consiguiente, si un país realmente tiene la intención de liberalizar parece lógico que envíe una señal de alto costo. En otras palabras, cuando un país desea integrarse a la comunidad internacional puede indicarle esto a sus ciudadanos y al resto del mundo ofreciéndose para actuar como anfitrión de un gran espectáculo deportivo. ■

Andrew K. Rose es Profesor de análisis y política económica (Cátedra B.T. Rocca) en la Escuela de Negocios Haas, Universidad de California, Berkeley. Mark M. Spiegel es Vicepresidente de la Sección de Investigaciones Internacionales del Banco de la Reserva Federal de San Francisco.

Referencia:

Rose, Andrew K, y Mark M. Spiegel, 2009, “The Olympic Effect”, Documento de Análisis 7248 del CEPR (Londres, Centre for Economic Policy Research), también publicado como Documento de Trabajo 09-06 del Banco de la Reserva Federal de San Francisco y como Documento de Trabajo 14.854 de la National Bureau of Economic Research.