

¿Por Qué El Mercado No Produce Buenos Políticos?

**Huáscar Ezcurra R.
Instituto de Derecho y Economía Aplicadas – IDEAS**

¿Por qué existe abundante oferta de prendas de vestir? ¿Por qué existe abundante oferta de hamburguesas? Pues porque existe demanda. Y ¿por qué cada vez se encuentran más y mejores opciones de prendas de vestir o de hamburguesas? Pues porque hay competencia y la competencia de los proveedores por captar la preferencia de los consumidores conlleva que estos últimos se beneficien, cada vez de forma más clara, con mejores condiciones de precio y calidad entre las cuales elegir. Así, si las señales del mercado funcionan adecuadamente (si hay suficiente información y hay competencia) es de esperar que el mercado por sí sólo ajustará oferta y demanda. Bajo estas condiciones, no se requerirá que el Estado determine qué producir, cómo y a qué precio. El mercado por sí solo, a partir de las millones de transacciones que celebren ofertantes y demandantes, será el encargado de determinar lo anterior.

¿Qué pasa en el mercado de los políticos? Desde que tengo memoria la clase política está desprestigiada. Existe clamor por un cambio. Todos soñamos con ir algún día a las urnas y tener mejores opciones entre las cuales elegir. Sin embargo, dicha demanda por políticos en capacidad de conducirnos adecuadamente en la carrera del desarrollo, no ha logrado generar una oferta acorde con ella ¿Por qué el mercado por sí sólo no produce una mejor oferta de políticos que, en competencia, en el largo plazo, terminen ofreciéndonos a todos mejores opciones para elegir?

Los problemas que enfrenta el mercado de políticos para funcionar adecuadamente, son fundamentalmente los siguientes: i) falta de información; ii) externalidades; iii) problemas de agencia. Estos problemas generan una falla de mercado que impide que el mercado mismo, por sí solo, produzca mejores políticos.

¿Cuáles son los problemas de información? Si no hay información clara respecto de las probabilidades de que los políticos cumplan lo que dicen, difícilmente los electores decidirán eficientemente cuando dan su voto. Esta información es muy costosa. Los políticos tienen incentivos muy fuertes para ofrecer lo que los electores de menos recursos (que son quienes finalmente deciden) más necesitan (trabajo, alimento, vivienda, servicios públicos, educación y salud), y así captar sus preferencias. Identificar quien miente y quien no es muy difícil, mentir es un gran negocio. El que miente tiene grandes opciones de salir elegido. Por el contrario, el que dice la verdad tendrá menores posibilidades. Esto es más claro en un país

como el nuestro, en el que la población de menores recursos (que es la que decide) votará por aquél que le ofrezca satisfacer sus necesidades mínimas. Bajo ese contexto, es razonable esperar que para los de menos recursos el largo plazo no sea lo trascendental; lo más importante para ellos será poder llevarse un pan a la boca al día siguiente. En la necesidad de los sectores más desfavorecidos nuestros políticos encuentran terreno fértil para hacer ofrecimientos para el corto plazo, mentir, y salir elegidos. Como todos mienten, salir electo termina siendo casi resultado del azar. Entonces, en lugar de elecciones, cada cinco años asistimos, en realidad, a una lotería.

¿Qué problemas de externalidades existen? Aquí el tema tiene que ver con que los ganadores de la lotería, una vez elegidos, podrán generar una serie de externalidades negativas sobre los gobernados, y nunca asumirlas como costo privado. Por varios motivos, nuestros políticos nunca pagan por sus errores ¿Cómo distinguir cuál de todas las leyes que se han dado fue la que ahuyentó la inversión? ¿Cómo saber qué legislación aprobada fue la que desincentivó el acceso al capital de trabajo? ¿Cómo identificar qué leyes de todas las dadas fomentaron la informalidad y el desempleo? Cuando un político comete un error, promoviendo la aprobación o aprobando normas que nos alejan del crecimiento, difícilmente los electores pueden identificar con precisión quién o quienes son los responsables de la externalidad negativa generada. Lo anterior se complica todavía más si se tiene en cuenta que los efectos negativos de la legislación que se apruebe muchas veces se presentarán mucho tiempo después de que la norma en cuestión fue aprobada. Queda claro entonces por qué nuestros políticos son totalmente irresponsables. Son irresponsables porque simplemente nunca asumen el costo de sus errores. Sus errores los pagamos los electores. Ellos son inimputables.

El problema se acentúa todavía más porque los electores, aun si lográramos identificar a aquellos políticos que cometieron más errores, no tendremos la posibilidad de penalizarlos rápidamente quitándoles nuestra preferencia. Cuando un producto es malo, el consumidor afectado penaliza al proveedor quitándole su preferencia y buscando el producto de la competencia. En el mercado electoral, en cambio, las preferencias no se pueden ajustar sino hasta después de cinco años, y después de cinco años (considerando que la memoria es frágil) quizá ya no se logre penalizar efectivamente a los que nos causaron externalidades. Peor aun, si el periodo que se toma el político candidato en regresar no es de cinco años, sino de diez o quince. Entonces, la posibilidad de lograr que internalice la externalidad generada se dificulta más, pues la generación que ahora asistirá a las urnas a votar será una distinta de la que padeció sus errores pasados (¿Alan vuelve?).

Finalmente, ¿cuáles son los problemas de agencia referidos? La falta de reglas que corrijan los problemas de externalidades mencionados, ocasionan a su vez problemas de agencia. Los políticos son agentes de una relación en la que los electores somos su principal. La eficiencia exige que el agente dé su mayor esfuerzo para satisfacer los intereses de su principal ¿Tienen nuestros políticos incentivos para desempeñarse esforzadamente? No. El político, una vez en el

cargo, tiene asegurados por cinco años el prestigio que viene con el cargo, y sus respectivos ingresos. El que sea eficiente o no en nada afectará su permanencia en el cargo, ni sus ingresos. Es más, si trabaja esforzadamente, dados los problemas de información antes referidos, es muy probable que nadie se entere. Difícilmente los electores, porque la información es muy costosa, lograrán identificar quiénes son los políticos esforzados y cuáles no lo son. Además, recuérdese que cualquier cambio en las preferencias de los electores, penalizando a los ineficientes, o premiando a los eficientes (a diferencia de lo que ocurre en otros mercados), recién se podrán ver reflejados luego de cinco años, en las siguientes elecciones. Ello contribuye a que ser un político esforzado no sea un gran negocio. Mejor negocio es pasar piola, y aparecer en la foto cada vez que sea posible.

Habiendo dado un vistazo muy general a algunas de las razones que causan las fallas de mercado que impiden que el mercado produzca buenos políticos, cabría entonces preguntarse si la Ley de Partidos Políticos recientemente aprobada apuntó correctamente a corregir estas fallas. Esa debiera ser la función de una Ley de Partidos Políticos, corregir las fallas de mercado identificadas, para de esa forma contribuir a que el mercado, por sí sólo, genere la oferta de nuevos políticos que tanto queremos.

¿La Ley aprobada hace algo de ello? Como era de esperarse no. La Ley de Partidos Políticos, por el contrario, generará más distorsiones. Nada dice la ley que contribuya a corregir los problemas de información, externalidades o agencia referidos. La ley sin embargo sí dice que a los que resulten beneficiados con la lotería del 2006, el Estado los premiará concediéndoles financiamiento ¿Y de dónde saldrá dicho financiamiento? Pues de los bolsillos de todos nosotros los contribuyentes. Es obvio entonces que nada bueno hará esta ley para corregir el mercado de los políticos. Por el contrario, esta ley nos asegurará que nuestra clase política seguirá siendo tan o más mediocre que la actual y que, para colmo de males, dicha mediocridad ahora la financiaremos nosotros. Era de esperarse que una Ley de Partidos Políticos aprobada por políticos como los actuales, sólo buscaría perpetuar su especie. Esa es su única finalidad. Corresponderá entonces a la sociedad civil asumir el rol de promover el cambio ¿Estarán nuestros empresarios y los medios de comunicación dispuestos asumir el reto?