

La gripe porcina, la irracionalidad y los mercados

*Por el Lic. Andrés Bancalari

Hace pocos menos de dos semanas el gobierno mexicano anuncio al mundo, que su capital se encontraba, y encuentra, afectada por la aparición de decenas de casos de una nueva cepa de influenza, en este caso, se trata de la gripe porcina que se extendió rápidamente en varias zonas de México, y desde allí al mundo.

Más allá de las consecuencias que esta posible pandemia pueda tener sobre la salud de buena parte de la población del planeta, los mercados siempre reaccionan a este tipo de fenómenos, por los impactos que la misma pueda tener en el consumo de distintos bienes y servicios.

A lo largo del siglo XXI ya hemos vivido situaciones similares, en donde la aparición de un brote en uno o más países, genera la reacción de cautela ante las posibles y desconocidas consecuencias del mismo. En 2003 tuvimos el SARS con importantes consecuencias en los mercados asiáticos, luego, desde el 2005 en adelante el temor a la mutación del virus de la gripe aviaria en un virus transmisible entre humanos ha modificado el humor de los mercados, que tratan a través de la toma de posiciones adelantarse a los cambios en la demanda.

Este caso no es la excepción. Si bien de momento las reacciones de los mercados han sido bastante escépticas sobre el posible impacto de la gripe porcina en el consumo de carne de cerdo, por lo que tanto la soja como el maíz operaron a la baja solo los dos días hábiles inmediatamente posteriores al anuncio, aunque luego el tema quedo en un segundo plano y los mercados volvieron a operar basado en los *fundamentals* de sus respectivos productos.

Pero sin duda no está todo dicho aun, por lo que parece demasiado pronto para afirmar que los consumidores actuarán de forma racional, y que, siguiendo las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud así como de los gobiernos nacionales, que insisten en que el consumo de carne de cerdo no trae consecuencias ni relación alguna con la gripe porcina.

Y es que de momento, el H1N1 no ha llegado al principal productor y consumidor de carne de cerdo del mundo: China. Si bien al momento de escribir este artículo el virus había sido detectado en Hong Kong, lo cierto es que China continental se encuentra aún dentro de los países no afectados, pero sin duda y por el grado de expansión del virus, esto no es sostenible en el corto plazo.

¿Cuáles serán las reacciones de los consumidores chinos una vez que el virus se

detecte en su país? ¿Qué medidas sanitarias tomará el gobierno chino al respecto?, y, ¿que pasara con los 600 millones de cabezas que conforman el stock porcino del gigante asiático?

Son demasiadas preguntas para un tema tan complejo, pero algo está claro y ha sido una constante en situaciones similares del pasado. Los consumidores somos irracionales. Incluso aquellos con un acceso y entendimiento de la información podemos tomar, y de hecho tomamos, decisiones que modifican nuestro consumo de aquellos productos que parecen traer algún riesgo incorporado.

Ya lo vivimos cuando la gripe aviar, donde todos los actores involucrados repetían hasta el cansancio que el consumo de carne de pollo no representaba ningún riesgo, pero pese a la ola de anuncios, los principales mercados del mundo veían como los consumidores optaban por otro tipo de proteínas al momento de la compra.

No hay motivos para pensar que esta será una excepción y que hay dos elementos que nos acompañaran en los próximos meses hasta que la situación este clara: volatilidad e irracionalidad. Sobre este último, pregúntele al gobierno de Egipto que anunció la matanza de la totalidad del stock porcino en dicho país. Para muestra, basta un botón.

Profesor de Comercio Internacional. FACS - ORT