

Editorial

Bofetada de Realidad Internacional: La geopolítica moldeando la guerra comercial

International Reality Check: Geopolitics Shaping the Trade War

DOI: <https://doi.org/10.51378/reuca.vi21.9945>

Fecha de recibido: 12 de junio de 2025

Fecha de aceptado: 23 de junio de 2025

Alcides Darío Alfaro Alfaro

Académico

Departamento de Administración de Empresas
Universidad Centroamericana José Simeón Cañas
dalfaro@uca.edu.sv

El Salvador

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8686-471X>



Bofetada de Realidad Internacional: La geopolítica moldeando la guerra comercial

Editorial

El 2025 se ha revelado como un punto de inflexión en la economía global, marcado por una guerra comercial con precedentes (la guerra comercial Estados Unidos versus China del primer mandato del presidente Trump, 2017-2021), de los cuales, evidentemente no se aprendió. El origen de esta crisis es multifacético. Primeramente, la creciente polarización política y el resurgimiento de tendencias proteccionistas han llevado a algunos gobiernos a priorizar intereses nacionales versus la cooperación mundial. A lo anterior, lo ha seguido la disrupción tecnológica, que ha promovido la desigualdad económica y generado tensiones sociales, aumentando el proteccionismo. Finalmente, están la falta de liderazgo y la ineficacia de las instituciones internacionales para resolver disputas comerciales, las cuales han contribuido a la escalada de tensiones comerciales y la erosión de la credibilidad del sistema multilateral de comercio. El informe *Geopolitics and the geometry of global trade: 2025 update*, del McKinsey Global Institute, destaca cómo el comercio internacional ha evolucionado a partir de la geopolítica para el año 2025 y su afectación en la empresa privada:

Las relaciones comerciales continúan reconfigurándose, y la geopolítica es la razón más importante. Estados Unidos ha seguido desviando su comercio de China hacia otras economías como México y Vietnam. En algunos casos, esto se debe a que estas economías constituyen un eslabón intermedio en los flujos comerciales entre China y Estados Unidos. Las economías europeas se han distanciado del comercio con Rusia y han aumentado el comercio con otros socios, en particular con Estados Unidos. Las economías en desarrollo, a diferencia de las avanzadas, ahora representan la mayor parte de las importaciones y exportaciones de China. Economías como la Asociación de Naciones del Sudeste Asiático (ASEAN), Brasil e India continúan fortaleciendo sus lazos comerciales en todo el espectro geopolítico. (Seong *et al.*, 2025, p. 2. [Traducción propia])

El comercio vincula a las economías de todo el mundo. Cada región depende de las importaciones por más del 25 % de su consumo de

al menos un tipo de recurso crítico, producto manufacturado o servicio. E incluso en sectores en los que una región es exportadora neta, puede seguir dependiendo de las importaciones para muchos productos cruciales. Por ejemplo, si bien Estados Unidos es un exportador neto de minerales no combustibles en conjunto, depende de las importaciones para muchos minerales críticos, como las tierras raras. La lista de minerales críticos de EE. UU. incluye 50 minerales, y para unos 30 de ellos, las importaciones abastecen más del 75 % del consumo anual de EE. UU. (Seong *et al.*, 2025, p. 2. [Traducción propia])

Entonces, ¿el comercio internacional ha muerto? Se ha escuchado esta pregunta en varias ocasiones desde la pandemia. Primero, a causa de la pandemia misma; después, por las interrupciones en la cadena de suministro, llámese buque atorado en el canal de Suez, atrasos en mantenimientos de buques, acumulación de contenedores en países que no son exportadores habituales y cierres intermitentes de las fábricas chinas. Y ahora se escucha la misma pregunta, dada la coyuntura de guerra comercial, iniciada por el presidente de los Estados Unidos.

Aranceles recíprocos... Y ahora, ¿qué? Los siguientes párrafos serán divididos en tres partes: qué hacer si quien lee esto está en El Salvador, qué hacer si es una empresa y qué hacer si es un consumidor. No es ninguna exageración decir que la guerra comenzó, y que cada país ha tomado posturas distintas para responder, mientras que algunos negocian (México), contraatacan (Canadá) o preparan medidas (Unión Europea) en contra de Estados Unidos. Otro grupo de países hace precisamente lo opuesto: aumentar su comercio, mediante la intensificación y diversificación de sus políticas comerciales. Así que es interesante ver cómo lo provocado por el presidente Trump ha generado un efecto totalmente contrario: el comercio está aumentando... solo que no con Estados Unidos.

En consecuencia, ¿qué hacer como país? Intensificar y diversificar la política comercial, con el objetivo de aprovechar los mercados existentes (más de 40 actualmente); y en segundo lugar, aperturar nuevos mercados. Esto lo hemos podido notar con

Bofetada de Realidad Internacional: La geopolítica moldeando la guerra comercial

Editorial

los movimientos de negociación de tratados de libre comercio con China y Perú.

En segundo lugar, el consumidor podrá esperar productos a precios más altos, dada la extensión de la cadena de suministro al pasar por otros países, evitando Estados Unidos o sin evitarlo, pero teniendo que pagar un costo por los aranceles. Además, la subida de precios también provocará un efecto de ralentización de la economía, con un consumidor con menos dinero para comprar. El Boston Consulting Group, en su informe *Even Before the Tariffs, Cracks Were Appearing in Consumer Confidence*, publicó los siguientes hallazgos, después de una encuesta con más de 900 respuestas, realizada durante febrero de 2025:

1. La evolución del gasto variará según la situación, el país y la categoría del producto, por lo que aún quedan oportunidades de crecimiento por explorar.
2. Los consumidores mostraron sentimientos encontrados sobre sus finanzas personales, pero en general manifestaron su intención de seguir gastando. Esto se debió en parte a la inflación prevista, pero también a razones discrecionales.
3. A pesar de estas señales positivas, el gasto había comenzado a disminuir entre los hogares con ingresos más bajos.
4. Los consumidores de China e India se mostraron notablemente más optimistas sobre su situación económica que los de otros países, anticipando buenos tiempos por delante.
5. Observamos que los consumidores seguían priorizando los artículos esenciales y las compras de alto valor, como automóviles y seguros de auto y de propiedad. (Geng *et al.*, 2025, p. 1. [Traducción propia])

En tercer lugar, si quien lee esto es una empresa, puede esperar retrasos en la cadena de suministro y subidas en los costos de transporte y en el precio de la materia prima. Por tanto, ¿qué hacer? Como se dice, la información es poder. Es clave

para la empresa informarse y estar atenta a los últimos datos. Para esto, una estrategia de torre de control permitirá conocer cambios en el entorno; un centro de información también es crucial en este proceso. Otro elemento importante es considerar que será difícil que alguna empresa se vaya a salvar. Por tanto, aprender a justificar esas subidas de precios es clave; esto se puede hacer agregando valor en su oferta. Adicionalmente, el almacenamiento es otra táctica que implementan algunas empresas, aunque esto puede necesitar una gran inversión en inventario y almacenaje. Finalmente, diversificar mercados de exportación o de importación, y por ende proveedores, también resulta crucial.

Un elemento del que casi no se habla es el uso de medidas no arancelarias como medidas de presión ante las tensiones geopolíticas. Esto genera más preocupación y tiene mayor potencial de realmente reducir el comercio, ya que el número de barreras no arancelarias es infinito, versus el número de barreras arancelarias. Para muestra, el *Monthly Briefs on The Global State of Trade*, del Centro de Comercio Internacional, reporta, para el periodo entre abril y mayo de 2025, que el número de medidas comerciales extraordinarias se triplicó. Las medidas relacionadas con la invasión de la Federación de Rusia a Ucrania aumentaron en una, mientras que las relacionadas con tensiones geopolíticas más amplias aumentaron al doble. Durante el mismo período, las medidas relacionadas con las exportaciones se mantuvieron sin cambios, mientras que las relacionadas con las importaciones aumentaron al triple. A finales de mayo de 2025, había 216 medidas comerciales temporales activas relacionadas con la guerra en Ucrania y 96 asociadas con otras tensiones geopolíticas. Del total, el 41 % se dirigía a las exportaciones y el 59 % a las importaciones. Independientemente del público, es necesario prepararse. El mundo va a seguir, aunque probablemente sin Estados Unidos.

**Bofetada de Realidad Internacional:
La geopolítica moldeando la guerra comercial**

Editorial

Referencias

- Geng, TR., Barrios, G., Taylor, L. y Bharadwaj, A. (2025, 18 de abril). *Even Before the Tariffs, Cracks Were Appearing in Consumer Confidence*. Boston Consulting Group. <https://www.bcg.com/publications/2025/cracks-in-consumer-confidence-before-tariffs-hit>
- Seong, J., White, O., Birshan, M., Smit, S., Lamanna, C. y Devesa, T. (2025). *Geopolitics and the geometry of global trade: 2025 update*. McKinsey Global Institute. <https://www.mckinsey.com/mgi/our-research/geopolitics-and-the-geometry-of-global-trade-2025-update>
- International Trade Centre. (s. f.). *Monthly Briefs on The Global State of Trade*. <https://tradebriefs.intracen.org/2025/5>