



Competitividad o pobreza: la decisión del Bicentenario

Argentina - 21/03/2010 - lanacion.com.ar - Centimetrage: N/D - Inversión: N/D - Tiempo de Lectura: 5' 54"

Por Alberto Schuster

Pocas cosas encontrarán más acuerdos que el hecho de que nos hallamos inmersos, hace ya muchos años, en una senda de declinación del nivel de prosperidad de nuestra sociedad. Nuestro desempeño económico en los últimos cuarenta años ha sido decepcionante.

Tras la crisis, el mundo se dirige a una nueva normalidad en la cual el consumo y la inversión de los países desarrollados se ubicarán en niveles inferiores a los hasta ahora registrados. La oportunidad se centra, entonces, en los países emergentes. En el largo plazo, los primeros sufrirán las consecuencias del proceso de envejecimiento de sus poblaciones y las oportunidades se centrarán en países que hoy detentan gran cantidad de población, desarrollo medio y una distribución adecuada de habitantes jóvenes y maduros.

Se presenta para nuestro país una gran oportunidad. Pero ésta sólo generará mayor prosperidad para los argentinos en la medida que se materialice, de manera sustentable, en tasas de crecimiento del PBI per cápita similares a aquellas que logramos luego de la crisis del 2001 y una mejora significativa de la distribución del ingreso.

Los actuales niveles de inversión y productividad no son suficientes para alcanzar el objetivo planteado y menos aún para sacar a porciones relevantes de nuestros compatriotas de la pobreza. Para revertir la tendencia deberemos exportar e importar mucho más, incrementar el ahorro y la inversión y recrear el mercado de capitales. Ello, a su vez tendrá su impacto positivo en el consumo.

Necesitamos lograr mejoras drásticas en nuestra competitividad, bajo un concepto irrefutable: los países que logran para sus habitantes mayores niveles de prosperidad son aquellos que generan los más altos niveles de competitividad. En nuestro caso es también un hecho que mediante una relación causa-efecto nuestra competitividad ha sido históricamente tan decepcionante como nuestro desempeño económico.

¿Qué debemos entonces hacer los argentinos para lograr la drástica mejora de nuestra competitividad? Debemos generar mediante el adecuado funcionamiento de nuestro "sistema político-administrativo" mejoras significativas, sistemáticas y continuas en los factores de competitividad del país. De esta manera generaremos las condiciones para que las empresas y nuestros emprendedores creen mucha más riqueza.

La decisión es: ¿competitividad o pobreza!

La gran mayoría de los países competitivos son "economías de mercado"; sus dos expresiones relevantes son: el "capitalismo de libre mercado" y el "capitalismo social de mercado". No existe un modelo que asegure un mayor bienestar dado que no existen grandes diferencias a nivel del PBI per cápita generado por cada modelo.

Si bien luce más funcional para nuestra idiosincrasia el capitalismo social de mercado, no es tan relevante la elección del modelo como sí, una vez definido, que hagamos las cosas bien.

Con ciertas excepciones, los países competitivos presentan sistemas democráticos, respeto a las libertades civiles, a los derechos de propiedad, al marco jurídico, estabilidad macroeconómica, regulación de los mercados de productos, finanzas y trabajo, política monetaria prudente y redes de protección social. Asimismo aseguran niveles adecuados de infraestructura, educación, oferta de trabajo e innovación.

En cualquiera de estos modelos, los países más competitivos presentan por habitante los niveles más altos en el comercio exterior total, en la inversión y en el mercado de capitales. Para lograr altos niveles en estas variables consiguen altos niveles de productividad como consecuencia de su "virtuosidad" en los "factores de competitividad". A su vez, los que logran una mejor distribución del ingreso logran mejor calidad de vida para su gente.

Con foco en la competitividad el mundo es variopinto. Encontramos países que, con una gran cantidad de población son altamente competitivos, como Alemania, Estados Unidos, Francia, Gran Bretaña y Japón. Superan los 60 millones y muestran niveles de PBI per cápita de 44 mil dólares anuales. Tienen grandes mercados internos, altos niveles de comercio internacional y grandes mercados de capitales. Reciben inversiones e invierten en el resto del mundo.

Luego encontramos aquellos que, en términos relativos a los dos primeros, tienen poca población y son virtuosos en su competitividad. Es el caso de Australia, Austria, Bélgica, Canadá y Holanda, entre otros. Con una población de hasta 30 millones con niveles de PBI per cápita de 45 mil dólares anuales, su mercado es el mundo. Esa inserción en el mundo es la fuente de sus altos niveles de inversión, comercio exterior y de mercado de capitales. Sus empresas tuvieron y tienen que ser competitivas a escala global y sus Estados son responsables de proveer la plataforma para que ello así suceda.

Finalmente tenemos los países que, con una gran cantidad de población, son poco competitivos, como Brasil, China, Egipto, India, Indonesia, México, Tailandia y Vietnam. Tienen más de 60 millones, con poblaciones jóvenes y niveles de PBI per cápita de entre mil y 10 mil dólares anuales. Son grandes no virtuosos y representan un mercado de 3600 millones de habitantes

En estos términos nuestro país no detenta una gran cantidad de población, su población es joven, su PBI per cápita asciende a 8 mil dólares anuales y es poco competitivo.

En los últimos quince años las inversiones, además de ir hacia los virtuosos, fluyen masivamente hacia los grandes no virtuosos. Su población y bajos niveles de consumo

representan grandes mercados, muchos de ellos con salarios bajos que los hacen ideales para la tercerización de producción y servicios para los países centrales.

Nosotros somos tan poco competitivos como los grandes no virtuosos. Pero tenemos poca población y baja inserción en el mundo. Con este estado actual, no recibiremos el efecto benéfico de las inversiones en general y las provenientes del exterior, en especial.

Debemos cambiar ¡Rápido!

Debemos parecer entonces a los pequeños virtuosos. Ser altamente competitivos. Nuestro mercado está en el MERCOSUR, 270 millones en lugar de 40 millones. Pero también está el resto del mundo. Y no solo con los productos primarios.

Para lograr esta virtud es imprescindible generar un verdadero salto cualitativo. Hacia la virtud. Un salto ¡no unos pasos! Necesitamos recrear la aspiración de desarrollo. La mejora de la competitividad deberá constituirse en "una causa nacional".

Deberemos mejorar drásticamente la calidad de los factores de competitividad, fundamentalmente los referidos a: estabilidad del marco legal; independencia y calidad del sistema de justicia; respeto de los derechos de propiedad; transparencia en la generación de las leyes y políticas de gobierno; igualdad de oportunidades y educación; funcionarios públicos capaces, honestos y bien remunerados; transparencia en la gestión del gobierno; acceso a los mercados de capitales; fortaleza del sistema financiero y del mercado local de capitales; calidad de los partidos políticos y confianza en los políticos; conducta ética de las empresas; fortaleza de las asociaciones empresariales; responsabilidad de los sindicatos; calidad de la infraestructura; y la facilidad que proveemos a los agentes económicos para desarrollar negocios.

Los políticos, los empresarios, los intelectuales y los dirigentes sociales y sindicales deberán liderar el cambio.

Deberán encontrar las coincidencias básicas y necesarias y proponer "jugar el partido" de acuerdo con las reglas que hoy son aceptadas por la amplia mayoría de los países del planeta. Por el contrario, ¿cómo será posible incrementar la inversión, el comercio internacional total y el mercado de capitales y, así, alcanzar la prosperidad?

Debemos convencernos que tenemos una nueva oportunidad y mostrar al mundo que un cambio se ha producido en la Argentina. No es tarea de un gobierno, sino un desafío que descansa en los liderazgos de nuestra sociedad. Tenemos la materia prima para hacerlo: los argentinos poseemos las virtudes para encarar nuestro futuro mejoramiento.

El autor es senior partner de la consultora KPMG