

Julio 16, 2002

LA COMPETITIVIDAD GLOBAL SEGÚN JEFFREY SACHS

Por Agustín Saavedra Weise

Es conveniente en estos momentos y mientras se lleva a cabo en nuestro país el Foro Andino de competitividad, recapitular algunos conceptos simples pero fundamentales en torno a este término, tan de moda por un lado, tan necesario por el otro y tan mal utilizado e interpretado en general.

Tiempo atrás, "La Nación" de Buenos Aires reprodujo una nota del conocido economista Jeffrey Sachs relativa al tema y que por su carácter didáctico, bien vale la pena glosar y recordar.

¿Qué significa realmente "competitividad"? Los países, ¿en verdad compiten en el plano económico del modo en que lo hacen en el militar?

Estos interrogantes los responde Sachs expresando que "la competitividad en términos precisos: es la capacidad de un país de lograr un desarrollo económico sostenido en el mediano plazo (cinco años). No quiere decir esto que la competitividad de un país implique la falta de competitividad de otro. Con mejores políticas, todas las naciones del mundo podrían incrementar su desarrollo en forma simultánea. Pero sí tiene sentido clasificarlas por su capacidad de crecimiento. A cada una le interesa saber si sus políticas e instituciones son comparables a las de otras naciones, en cuando a su capacidad de lograr un crecimiento económico sostenido".

Prosigue: "ciertos aspectos del crecimiento se asemejan a esa competencia cabeza a cabeza en que un país o región pueden avanzar a costa de otros. Los países compiten por un capital internacionalmente móvil. Cuantas más inversiones extranjeras directas cosecha un país, tantas menos podrá atraer otro. Esto salta a la vista... La feroz puja por atraer... suele incluir rebajas tributarias, compromisos respecto de la infraestructura..."

Se ha determinado la competitividad de un país (su capacidad de crecimiento) basándose en tres criterios amplios: tecnología, instituciones públicas y estabilidad macroeconómica, resultando así un índice general de competitividad para el crecimiento, asevera Sachs y luego expresa sus ideas sobre los tres criterios mencionados.

Tecnología: se refiere a la capacidad de un país de estimular nuevas inversiones y adoptar tecnologías inventadas en el extranjero. Los innovadores disfrutaron de un alto nivel de prosperidad, fruto de sus innovaciones.

Instituciones públicas: concierne a la calidad del gobierno. ¿Hay corrupción generalizada? Los jueces, ¿son honestos e imparciales en sus fallos? ¿Se puede confiar en que los gobiernos cumplirán sus compromisos hasta el fin? Los países cuyas instituciones públicas funcionan bien alcanzan mayores puntajes que aquellos infestados de corruptelas y jueces deshonestos. Las normas éticas elevadas promueven un mejor desempeño económico.

Estabilidad macroeconómica: alude a la ausencia de inflación, el equilibrio presupuestario, una tasa cambiaria con valores realistas, la capacidad del gobierno y las empresas de obtener préstamos en el mercado, y un alto grado de confianza en que el gobierno cumplirá sus obligaciones financieras, ya que una crisis macroeconómica puede hacer descarrilar el crecimiento económico.

Afirma finalmente que la economía mundial puede dividirse en dos categorías de países: los innovadores y los no innovadores. Apenas una veintena de los países del mundo son creadores activos de invenciones nuevas. A todo esto, concluye Sachs, el análisis de competitividad no se centra en los doce o veinticuatro meses próximos, sino en el mediano plazo y los puntajes no sirven para evaluar condiciones cíclicas a corto plazo, pero sí permiten vislumbrar las perspectivas a mayores plazos de las economías.

Estas son, pues, ideas claras en torno a la competitividad que –como hemos visto sumariamente– es un concepto que va mucho más allá de la mera capacidad de competir; es más bien la continuidad de un proceso de crecimiento auto sostenido que termina remontando a un determinado país hacia una nueva escala cualitativa. De ahí la enorme importancia de lo que es competitividad y de lo que realmente significa ser "competitivo". No solamente es cuestión de vender mejor o más barato; hace falta más, mucho más...

-----0000-----