La competitividad y la economía argentina

Xavier Sala-i-Martin

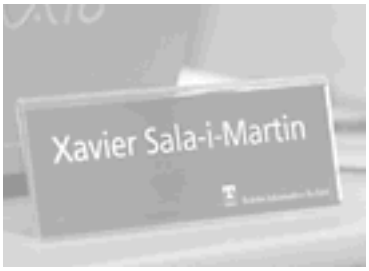
Xavier Sala-i-Martin
Columbia University











1. Entendiendo el significado de la competitividad

1.1 Definición y diferentes estadios

La competitividad es un concepto complejo y, por ende, difícil de definir. Si hubiera que resumirlo en pocas palabras, se podría señalar que por competitividad se entiende aquella ***colección de factores, políticas e instituciones que determinan el nivel de productividad de un país*** *y que, por lo tanto, determinan no sólo el nivel de prosperidad que puede alcanzar una economía, sino también la tasa de retorno que pueden lograr las inversiones en un país determinado, así como las perspectivas de crecimiento futuro.*

El principal problema de este concepto reside en que *competitividad* puede significar algo distinto para cada país, en el sentido de que no todos los países tendrían que hacer lo mismo para mejorar su competitividad. De hecho, el Foro Económico Mundial considera que las economías atraviesan diferentes estadios de competitividad. Ellos serían básicamente los siguientes:
1. Países *pobres* compiten en base a precios
2. Países *intermedios* compiten en base a calidad
3. Países *ricos* compiten en base a innovación

En el **primer estadio,** los países compiten en base a su dotación de factores, aprovechando la disponibilidad de recursos naturales y mano de obra no calificada. La competencia se realiza en base a **precios** y se venden productos primarios o *commodities,* con una estructura de costos caracterizada por salarios internacionalmente bajos.

Sin embargo, intentar hacer las cosas más baratas que los demás no es una estrategia sustentable en el tiempo, puesto que si la política de producir barato es exitosa, habrá crecimiento económico y, tarde o temprano, el crecimiento de la economía se traducirá en una suba de los salarios. De este modo, el alza en el nivel de remuneraciones conducirá a que se deje de producir a bajo costo, erosionando la fuente de competitividad vía precios.

Cuando no se pueden ofrecer bienes y servicios más baratos que el resto del mundo, la economía ingresa al **segundo estadio,** en el que debe esforzarse por hacer las cosas mejor; en otras palabras, se empieza a competir en base a **calidad.** En este estadio, la competitividad es impulsada básicamente por un mejor nivel de educación avanzada, un funcionamiento eficiente de los mercados y por la habilidad de adoptar las tecnologías existentes.

Finalmente, el país puede ingresar a un **tercer estadio,** el estadio de la **innovación,** en el que la oferta de productos nuevos y distintos constituye la única manera de mantener salarios y estándares de vida elevados. Pero una economía que alcanza este estadio tampoco debe confiarse, ya que si no continúa innovando, algún día habrá otro país que copiará esas innovaciones y podrá igualar la calidad del bien o servicio ofrecido, pero produciéndolo más barato.

Por consiguiente, una economía debe luchar y esforzarse constantemente, en cada uno de los estadios, para lograr avances en sus niveles de competitividad.

1.2 Primera dimensión de la competitividad: la oferta y la demanda

Para comprender mejor el concepto de competitividad, nunca está de más acudir a los elementos de la economía básica. En efecto, **la competitividad de una economía suele estar influenciada tanto por factores de demanda como de oferta.** Y esta es precisamente la primera dimensión de la competitividad: la demanda y la oferta.

Por el lado de la **demanda,** es relevante el **tamaño de la demanda interna y externa.** En este aspecto, es muy importante que la economía sea abierta, de manera tal que los mercados a los cuales haya que abastecer sean grandes. Esto es particularmente relevante para los países pequeños, pues este tipo de economías no podrían ser muy competitivas si permanecieran cerradas al resto del mundo.

Pero para que una economía sea competitiva, no sólo necesita contar con una demanda de bienes y servicios importante en cuanto a cantidad, sino que también requiere **una demanda que valore la calidad.** En otras palabras, es preciso especializarse en aquellos productos que el público valore no sólo por su precio, sino por factores de sofisticación como diseños, productos innovadores, calidad, packaging, entre otras cosas.

Por el lado de la **oferta,** es fundamental disponer de **nuevas infraestructuras,** no sólo en el sentido tradicional de carreteras, aeropuertos, sino más bien infraestructuras en el sentido electrónico y tecnológico. La razón es sencilla: una buena infraestructura es esencial para reducir los tiempos de transporte, las distancias y lograr una eficiente distribución de la oferta energética. Así, podrá incrementarse la productividad y atraer nuevas inversiones.

También por el lado de la oferta se encuentra otro factor, de los más importantes en lo que se refiere a competitividad: el **factor humano o trabajo.** Aquí los países deben encarar esfuerzos distintos según la situación en que se halle su sistema educativo. El primer aspecto que debe asegurarse un país es la adecuada provisión de educación básica (primaria). La Argentina estaría más en la posición de tener que trabajar estadios más avanzados de educación, como la universitaria o técnica, ya que presenta una adecuada cobertura de la educación básica. De cualquier modo, si bien no representaría una urgencia para la Argentina, sería prudente intensificar los avances realizados en materia de cobertura de educación primaria.

Otro elemento importante que existe actualmente como factor de desestabilización de la competitividad es el **factor salud,** el cual es particularmente relevante en grandes zonas de África. De más está decir que a un trabajador enfermo se le hace muy difícil (o hasta imposible) trabajar y, a una compañía, le resulta muy costoso mantenerlo. En este sentido, uno de los países que más ha crecido en los años '60, Bostwana, se está quedando actualmente sin empresas, entre otros motivos, porque es demasiado caro mantener una mano de obra con enfermedades recurrentes. De este modo, un factor que en principio no parecería afectar la competitividad, acaba siendo un problema muy importante.

También como factor de oferta se debe mencionar a la **disponibilidad de las invenciones y tecnologías.** Para mejorar la competitividad, es muy importante que los países cuenten a lo largo y ancho de su territorio con las nuevas tecnologías de la informática. Tener una economía tecnológicamente avanzada, no significa inventarlo todo; es decir, no hace falta inventar los celulares para que cada uno de

los habitantes tenga celular, como tampoco hace falta inventar Internet para tener Internet. Lo que deben hacer los países es estar alerta para que, cuando surjan este tipo de invenciones que son útiles para la productividad de las empresas, puedan adaptarlas inmediatamente.

El **capital financiero** es otro elemento importante para la competitividad de un país, ya que facilita el financiamiento de ideas (innovaciones) y, adicionalmente, permite que el Estado no tenga que recurrir a fuentes de financiamiento nocivas como sería la emisión monetaria. Pero no basta con un adecuado sistema bancario, sino que es muy importante contar con un mercado de capitales desarrollado. En particular, se necesita un sector financiero sofisticado, con mecanismos de financiación de pequeños *entrepreneurs* que generalmente no tienen *colaterals* (garantías) ni la capacidad de financiación tradicional, pero que pueden tener grandes ideas y convertirse en grandes empresas sólo si alguien las financia. Y en economías avanzadas, tecnológicamente sofisticadas, es preciso que existan mecanismos fuera del sistema bancario que financien las ideas.

Por último, es fundamental el c**apital institucional.** Desde la publicación de la obra de Adam Smith, "Investigación sobre la naturaleza y las causas de las riquezas de las naciones", en 1776, es conocida la importancia de asegurar los derechos de propiedad. De hecho, es difícil que una economía funcione eficientemente si la gente no cuenta con una adecuada protección de sus inversiones y del retorno de las mismas. Es importante que en la economía prevalezca la confianza entre las personas, entre las instituciones y entre las personas e instituciones, así como la confianza en el gobierno. También es necesario que exista seguridad legal, algo que en muchos países de la región latinoamericana se está deteriorando peligrosamente.

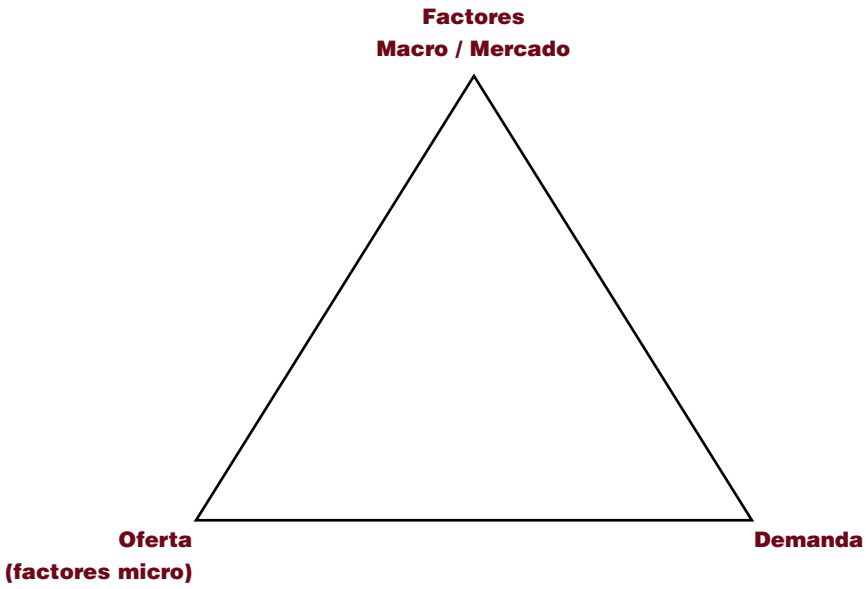
1.3 Segunda dimensión de la competitividad: funcionamiento de los mercados

Además de la primera dimensión de la competitividad (demanda y oferta), hay una segunda dimensión en la que se incluyen los factores *macro;* pero no en el sentido macroeconómico tradicional (políticas fiscales, monetarias, etc), sino de interacción entre empresas, lo que comúnmente se conoce como el **funcionamiento de los *mercados*.** De este modo, demanda, oferta y mercados conforman lo que sería el **triángulo de la competitividad** de una economía.

Con relación al funcionamiento de los mercados, se debe señalar que la **eficiencia en los mercados de bienes** es un elemento relevante en la competitividad de una nación. En efecto, aún cuando todos los factores de oferta y demanda (mencionados anteriormente) se encontraran correctamente establecidos, la economía no funcionaría adecuadamente sin los incentivos que impone la competencia. En este sentido, conviene recurrir nuevamente a Adam Smith, quien dejó entre sus enseñanzas la idea de que la competencia es el mecanismo que más disciplina impone a los empresarios; en particular, el miedo a perder la demanda (clientes), es lo que contribuye a que los empresarios se esfuercen por hacer las cosas bien. Como contrapartida, en un mundo de monopolios públicos o privados, la economía pierde competitividad.

También es muy relevante tener **mercados de suministros** y mercados de industrias que brinden apoyo, sobre todo, en procesos complejos. Por ejemplo, una empresa que produce petróleo, necesita otras empresas que aporten la maquinaria y el soporte del petróleo. Si la economía tiene una variedad de industrias tecnológicas que fomentan

Gráfico 1. El triángulo de la dompetitividad



la competitividad, es preciso que dichas industrias tengan todos los *inputs* disponibles a corto plazo. En definitiva, tiene que estar todo cerca y en lo que habitualmente se llaman los *clusters:* empresas que discuten, que se suministran entre ellas y que tienen ingenieros que se reúnen en los mismos lugares y discuten ideas, generando más conocimiento susceptible de ser aplicado en sus compañías.

Paralelamente, existe otro mercado que es muy importante que sea eficiente: **el mercado laboral.** La eficiencia del mercado de trabajo se consigue, por un lado, con la **flexibilidad legal;** es decir, la flexibilidad legal de contratar o descontratar trabajadores. En Europa, la inflexibilidad de los mercados laborales es el gran problema que prevalece en la actualidad, sobre todo en países como Francia, Italia o Alemania, que dan lugar a tasas de desocupación extraordinariamente altas.

No sólo es necesario que el mercado de trabajo cuente con suficiente flexibilidad legal, sino también con flexibilidad mental en varias direcciones. Por un lado, **flexibilidad mental en el sentido regional o geográfico.** ¿A qué se refiere esto? Un trabajador debe comprender que su mejor desempeño tal vez no se consiga en un empleo ubicado en su pueblo, ni en su propia ciudad, país o continente. Por el contrario, el trabajador debe ser lo suficientemente flexible mentalmente como para trabajar unos años en un lugar, otros años en otro y poder adaptarse a los escenarios regionales cambiantes. De lo contrario, ¡uno podría terminar siendo un mal jardinero en su pueblo, cuando podría haber sido un gran empresario en Alemania!

Asimismo, es importante la **flexibilidad mental en el sentido sectorial.** En un mundo cambiante, los trabajos tienen que ser cambiantes y los individuos tienen que ser versátiles. En este marco, una mujer no puede autoproclamarse secretaria del sector financiero y de allí no moverse durante toda su vida. En particular, porque cuando el sector financiero desaparezca de su país, esa persona va a quedarse desocupada. Por ello, la gente tiene que estar preparada para cambiar de sectores. En muchas de las economías asiáticas exitosas y en Estados Unidos, sobresale una poderosa flexibilidad mental de los individuos, en el sentido sectorial de sus empleos. Sin dudas, ello contribuye a reducir las tasas de desempleo en estos países.

Otro factor que deteriora la eficiencia de los mercados laborales es la **discriminación femenina,** que no es sólo legal (a menudo no es ni legal) sino institucional o mental. ¡Un país que educa a toda su población, no puede acabar prescindiendo de la mitad de su talento! Inclusive, los mejores estudiantes normalmente son mujeres, con lo cual no sólo se relegan muchos talentos, sino grandes talentos. Lógicamente, cuando la mitad del capital humano queda sin utilizar, la competitividad de un país se ve perjudicada.

Por último, un factor del mercado laboral que es preciso tener en cuenta, es la **meritocracia;** es decir, quien más vale, más tiene que cobrar. El fenómeno del igualitarismo, simplemente porque sí, es muy perjudicial, porque hace que las personas con más talento (que son obligadas a cobrar lo mismo que los demás), se acaben yendo a otro país o continente. No es concebible que en la universidad o en los hospitales todos los docentes o médicos cobren lo mismo porque sino otros colegas *se molestan*.

Otro factor relevante, muy conocido en países latinoamericanos como la Argentina, es el de la estabilidad macroeconómica. En este aspecto uno debería ser cauto, pues ciertas instituciones han intentado dar la (incorrecta) imagen de que alcanzando la **estabilidad macroeconómica** se solucionarán todos los problemas. Esto evidentemente es falso; la estabilidad macroeconómica es ciertamente importante (ninguna economía puede ser eficiente en un marco hiperinflacionario) y es un factor necesario para mejorar la competitividad de un país, pero no es un factor suficiente ni tampoco va a solucionar el resto de los problemas.

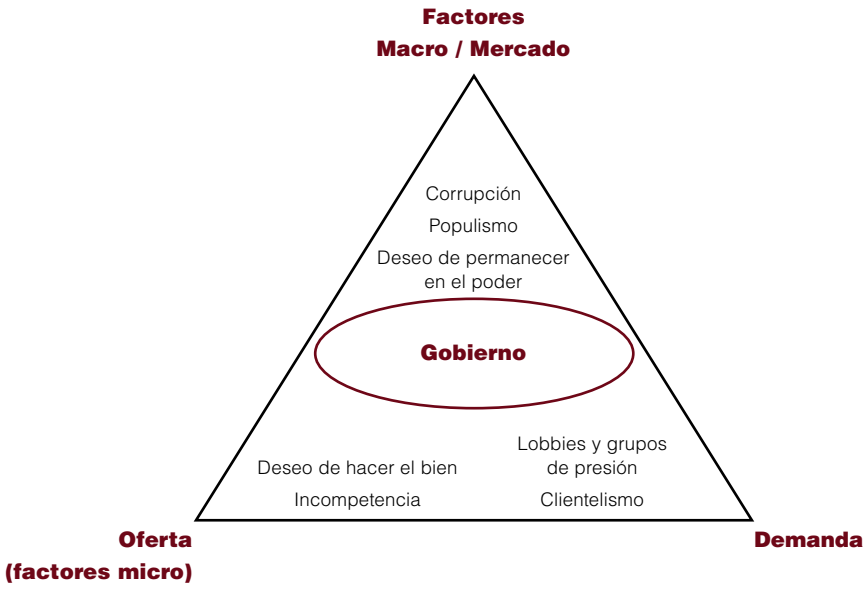
Por último, un elemento que cada vez se está convirtiendo más importante en la competitividad de un país, es el de la **seguridad,** tanto en lo que se refiere al terrorismo, como guerras y crímenes. Basta con señalar que las empresas generalmente evitan las inversiones en aquellos países en los que sus ejecutivos pueden ser secuestrados, sufrir atentados terroristas o estar inmersos en medio de una guerra.

1.4 Un actor adicional en la competitividad: el Gobierno

Todos estos factores (oferta, demanda y mercados) que han sido representados en un triángulo, vienen afectados (y hasta determinados) por un actor fundamental: **el gobierno.** Esta institución, situada en el medio del triángulo, afecta la dimensión del mismo, ya que a través de sus políticas, termina incidiendo en el tamaño de cada uno de los vértices de la figura.

El mayor problema es que los gobiernos **no actúan siempre con el deseo de hacer el bien** y velar por la felicidad de sus habitantes (como dirían los libros de texto), sino que en muchos casos tienen en cuenta otros factores, como **el deseo de permanecer en el poder,** llevándolos a tomar decisiones que podrían afectar negativamente a ciertos individuos. Por ejemplo, se puede elevar excesivamente el gasto público antes de las elecciones y, como consecuencia de la emisión monetaria destinada a financiar los gastos adicionales de las campañas políticas, se podría terminar generando una suba en la tasa de inflación. O bien, es posible que los gobiernos respondan a las **fuerzas de los lobbies y grupos de presión.** Ello se debe a que los gobiernos a veces cuentan con gente muy buena y competente, pero también hay funcionarios corruptos, clientelismo y populismo.

Gráfico 2. El triángulo de la competitividad y el gobierno



Como se ha dicho anteriormente, el gobierno afecta los vértices del triángulo. Por un lado, ejerce su influencia en la demanda a través de la **política de tipo de cambio** que implemente. El régimen de tipo de cambio que se determine afectará fundamentalmente el tamaño del mercado, ya que puede hacer que los productos fabricados localmente sean, al menos en el corto plazo, más baratos o caros en comparación a otros países. Pero en este punto conviene efectuar una aclaración: no existe certeza de que un tipo de cambio alto (costo del dólar elevado), tendiente a fomentar la exportación, haga a la economía más competitiva, puesto que dicha política conducirá a que los bienes extranjeros, que pueden ser insumos necesarios para la producción local (por ejemplo, maquinaria y equipos), sean demasiado caros, lo cual acabaría afectando negativamente la competitividad de la producción local. A ello debe añadirse que mantener el tipo de cambio alto normalmente implica que el Banco Central debe comprar divisas, lo cual conduce a una mayor emisión de dinero que, en el corto plazo, puede traducirse en un alza de la inflación (particularmente si los medios de pago adicionales son destinados a consumir más y la oferta de bienes no puede incrementarse en el corto plazo). A su vez, si aumenta la inflación, el tipo de cambio real caerá[1], reduciendo entonces la competitividad-precio de la economía.

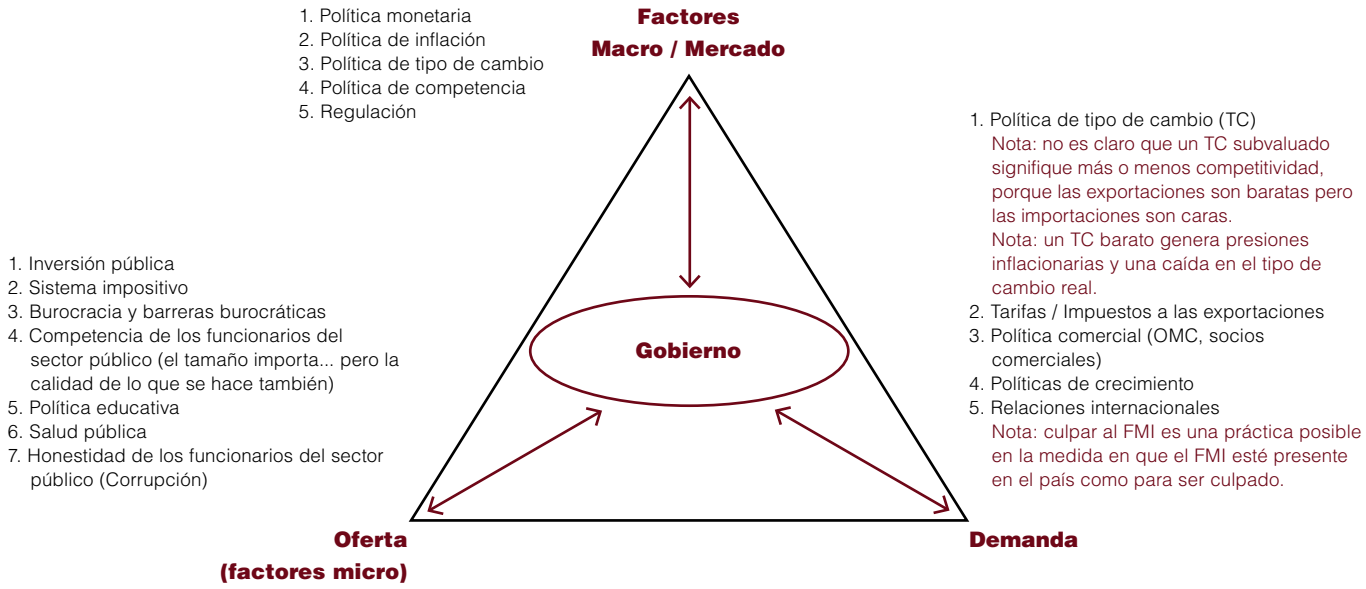
El gobierno también puede incidir en la demanda a través de la fijación de **tarifas o impuestos a las exportaciones.** En este aspecto, el mundo vive actualmente un problema grave con la política proteccionista de Europa y Estados Unidos, sobre todo en temas agrícolas. Entre Europa, Estados Unidos y Japón se subsidian productos agrícolas por un valor cercano a U$S 350.000 millones anuales, cifra que representa casi U$S 1.000 millones al día. Dicha política es claramente perjudicial e injusta para los países menos desarrollados, como los africanos, que no cuentan con recursos suficientes como para producir aviones, autos, televisores, sino que sólo pueden producir bienes agrícolas.

[1] *El tipo de cambio real (TCR) de un país (local) respecto de otro (país extranjero) es el precio relativo de los bienes del país extranjero expresados en términos de bienes locales. El tipo de cambio real viene dado por: TCR= TCN x (P*/P), donde TCN=tipo de cambio nominal; P=precios locales; P*=precios en el extranjero. Entonces, las variaciones del TCR pueden deberse a variaciones en el tipo de cambio nominal como a variaciones en los precios de los bienes extranjeros, o a variaciones en los precios de los bienes locales. Si el TCR cae (apreciación real), los bienes argentinos se hacen relativamente más caros que los del extranjero.*

Otro aspecto relevante que hace al tamaño y a la calidad de la demanda, es la **política comercial**. En este ítem hay muchos debates: MERCOSUR, ALCA, Tratados de Libre Comercio (TLC) bilaterales, Organización Mundial del Comercio (OMC), etc. Paralelamente, también afectan las **políticas de relaciones internacionales** y, en esta cuestión, es importante efectuar una aclaración. Echarle las culpas al Fondo Monetario Internacional (FMI) es una práctica habitual de muchos países, pero al mismo tiempo es una costumbre peligrosa, porque si un día el Fondo Monetario se va, ¡ya no hay nadie a quien culpar por los problemas internos! Es verdad que el Fondo Monetario es una institución que requiere una reforma y que ha hecho muchas cosas mal; pero lo hecho, hecho está. Y seguir responsabilizando al FMI no es una práctica que sea aconsejable, sobre todo cuando una parte de los problemas no constituyen una responsabilidad directa del Fondo.

Entre las acciones que un gobierno puede adoptar para afectar la competitividad por el lado de la oferta (factores microeconómicos), obviamente está la **inversión pública.** La **política impositiva** también incide en la competitividad por el lado de la oferta, dado que una elevada presión tributaria reduce los incentivos a invertir y aumentar la producción. Desde el punto de vista microeconómico, el gobierno también puede afectar la competitividad de la economía **creando o eliminado las burocracias y las barreras burocráticas.** Asimismo, es importante **la competencia del sector público.** De hecho, el tamaño del sector público importa, pero mucho más su calidad. Y aquí existen diferentes experiencias: hay grandes sectores públicos enormemente incompetentes y hay pequeños sectores públicos enormemente competentes. Adicionalmente, las políticas educativas son sumamente relevantes a la hora de desarrollar el capital humano. La educación que se brinda hoy crea la base innovadora del futuro y, por lo tanto, hay que invertir adecuadamente en este aspecto para tener una economía competitiva en el mañana. Del mismo modo, es preciso contar con un sistema de **salud pública** que funcione eficientemente, a fin de mantener una mano de obra sana. Por último, es importante la **honestidad de los funcionarios del sector público,** de forma tal de desalentar las prácticas clientelísticas, populistas y hasta la propia corrupción.

Gráfico 3. La influencia de un gobierno en el triángulo de la competitividad



Finalmente, los factores macroeconómicos también se encuentran determinados en gran medida por el gobierno. En este plano, deben mencionarse a la **política monetaria** y a la **política de inflación** (es importante diferenciarlas). El problema aquí es que muchos gobiernos intentan esotéricas políticas de precios, como acuerdos intersectoriales, que no constituyen verdaderas políticas de inflación (y mucho menos políticas monetarias anti-inflacionarias), sino que terminan siendo un camuflaje a corto plazo de la inflación verdadera. Asimismo, las políticas de tipos de cambio son importantes, así como las políticas de competencia y regulación; es decir, perseguir a los monopolios y castigar la realización de prácticas monopólicas.

Todo esto es lo que puede hacer el gobierno para afectar la competitividad de la economía. Lógicamente, **de la misma manera que el gobierno puede implementar políticas para aumentar el tamaño del triángulo de la competitividad en todas las dimensiones, también puede poner en práctica políticas que tiendan a reducirlo.** Por diversos motivos (incompetencia, intereses personales ajenos al bienestar social, etc), el gobierno muchas veces termina haciendo que el triángulo de la competitividad sea cada vez más pequeño.

1.5 Tercera dimensión de la competitividad: la innovación

Además de la base del triángulo, en la que se encuentran las dos dimensiones de la competitividad antes descriptas, existe una tercera dimensión: **la innovación.** En este sentido, existe una gran confusión sobre lo que significa la innovación. Innovación no quiere decir tecnología, electrónica, biotecnología, ingeniería genética, celulares o Internet. Todas estas nuevas tecnologías son claramente productos de la innovación, pero **la innovación debe ocurrir en todos los sectores,** desde la agricultura hasta el sector aeroespacial, automovilístico, textil; todos están sujetos a innovación. Una economía debe innovar incluso si está en el primer o segundo estadio de competitividad. Aunque se estén produciendo bienes agrícolas, es importante que éstos tengan valor añadido elevado o, incluso, mejorar los procesos de su producción. Todo esto es fruto de la innovación y, por ende, es importante que esté presente en todos los sectores; particularmente el de las nuevas tecnologías.

Gráfico 4. Pirámide de la competitividad



La **inversión en Investigación y Desarrollo (I+D)** es importante, pero la innovación no es exclusivamente invertir en I+D. En la actualidad, muchos gobiernos se preocupan porque los norteamericanos están invirtiendo 4% de PBI en I+D, mientras que la inversión en I+D de su propio país no llega al 1% del PBI. En tal caso, muchos sugieren que hay que aumentar el gasto, porque no es suficiente. Sin embargo, el gasto en I+D no es una señal de que las cosas vayan bien o mal. Por ejemplo, los gastos en egiptología se cuentan en I+D, pero ello difícilmente eleve la competitividad del país. Por consiguiente, es importante **qué tipo de investigación se contabiliza como gasto en I+D.**

Para comprender mejor qué es la innovación, conviene recurrir a la obra de Amar Bhidé, "Origen y evolución de nuevas empresas" (2000), un libro que deja una idea importante y acertada de lo que es la innovación, a través de una exploración de los 500 negocios que más han crecido en los Estados Unidos. ¿Y por qué han crecido, qué han hecho para que se desarrollen estos negocios? La primera visión es que casi ninguno de ellos ha descubierto la *gran innovación,* sino que **todos han realizado pequeños incrementos, pequeñas variaciones de cosas que ya existían** (lo cual sería una buena enseñanza además para los profesores que deben guiar a sus alumnos en sus tesis doctorales). Así es como se hace la investigación: pequeños cambios sobre lo que ya existe, construir sobre lo que funciona, y cambiar un poquito; no grandes ideas.

En definitiva, la innovación comprende dos cosas: 1) que los ciudadanos tengan ideas; y 2) que estas ideas se implementen. Tener una gran idea que no se implementa no es innovar. Implementar cosas viejas tampoco es innovar. Tener nuevas ideas e implementarlas, sí es innovar. Pero la manera de tener nuevas ideas (e implementarlas), no es exclusivamente a través de inversión en I+D.

Por un lado, hay evidencia de que **el 71% de los empresarios que han tenido éxito en Estados Unidos vieron una idea de negocio cuando estaban trabajando para terceros;** no haciendo investigación en un laboratorio, como la mayoría de la gente piensa. El ejemplo paradigmático es el del señor Ray Krok, de Mc Donald's. Este señor era un vendedor de batidoras que un día vio que en un restaurante de California le pedían muchas batidoras. Y se preguntó: ¿cómo puede ser que esta gente demande tantas batidoras? La respuesta era que tenían una enorme clientela, que era una hamburguesería y que utilizaban el método de Henry Ford para producir hamburguesas por división del trabajo: un señor ponía la hamburguesa, otro ponía el tomate, etc. y así podían hacer muchas hamburguesas. Ray Krok, viendo aquella producción secuencial de hamburguesas, se le ocurrió utilizar aquella ganancia de eficiencia para producir hamburguesas, para uniformizar la calidad y garantizar la misma calidad de hamburguesas en todos sus restaurantes. Entonces empezó y creó una cadena de restaurantes que se llamó Mc Donald's, básicamente porque se copió la idea (el hamburguesero original se llamaba Mac Donald). *La innovación fue utilizar la eficiencia de la producción en serie de hamburguesas para mejorar la calidad y garantizar la calidad. Esta gran idea no fue producto de la I + D.*

En segundo lugar, cabe destacar que **un 21% de las ideas exitosas han surgido por casualidad.** En este caso, el ejemplo paradigmático es el de Bill Gates. Cuando Bill Gates era joven y estaba en el *high school,* creó un programa para contar coches en Basic, muy simple. Luego, él fue a la universidad de Harvard, pero su amigo, Paul Allen, no ingresó porque no tenía las notas suficientes. Sin embargo, un día Allen viajó a visitar a Gates y, en el viaje, encontró una revista en la cual una empresa

de *hardware* pedía un programa madre que pudiera incorporar programas adicionales. Allen y Gates vieron que su programa de contar coches podía ser utilizado como programa madre y lo enviaron en seguida. Y aquel programa fue llamado D.O.S., y así nació Microsoft, y el gran imperio mundial de la informática. Tal vez, hoy día Bill Gates sería un individuo más si, *por casualidad*, Paul Allen no se hubiera quedado fuera de Harvard, si no hubiera ido a visitar a su amigo de la juventud o si no hubieran hecho un programa de contar coches.

Finalmente, **de todas las grandes empresas, sólo el 8% surgieron de ideas provenientes de gasto en I+D.** Pero incluso algunas de ellas no son ideas que vengan de programas de investigación y desarrollo que el gobierno hubiera financiado. Aquí el gran ejemplo es Google. Esta empresa comenzó con dos estudiantes que estaban haciendo la tesis doctoral en Stanford, y de allí surgió un programa para buscar nombres entre millones y millones de usuarios. Así nació el buscador Google; como resultado de una tesis doctoral. Evidentemente, un gobierno que intentara financiar y ayudar a la investigación y desarrollo, nunca se hubiera fijado en esos dos individuos para que se inventara Google.

Dicho esto, ¿qué se entiende por una adecuada política de innovación?

> Una correcta política de innovación no quiere decir gastar más dinero en I+D o dar subsidios a empresas para que hagan investigación y desarrollo. En estos casos, probablemente no se hubiera dado con las personas correctas para generar las ideas exitosas antes descriptas.
> Tampoco son políticas industriales, ya que los burócratas generalmente no saben cómo será el futuro y, por ende, qué áreas conviene desarrollar, qué productos elaborar o qué procesos se deben mejorar.
> ***La política de innovación consiste en generar un ambiente propicio que conduzca a la creación de ideas y a la implementación de las mismas en productos, servicios o procesos.***

En otras palabras, para aumentar la altura de la pirámide, hay que tener más innovación. A tal efecto, es necesario incentivar a que la gente tenga ideas y, paralelamente, estimular la implementación de las mismas. Por consiguiente, es preciso contar con **un sistema educativo que promueva la innovación,** que estimule a los niños a que realicen preguntas en la escuela y que genere en los niños los incentivos suficientes para querer innovar en lugar de memorizar. Además, sería aconsejable que este sistema educativo estimule a los niños a querer ser empresarios; es decir, **fomentar el espíritu empresarial,** el *entrepreneurship.* En ese sentido, se debería promover un clima en el que la gente tenga intenciones de **asumir riesgos** (gran parte de las ideas exitosas fueron proyectos arriesgados al comienzo), en lugar de adoptar posiciones extremadamente conservadoras.

Por lo tanto, **para aumentar la altura de la pirámide, es preciso ampliar la base** (solamente se puede obtener una pirámide alta con una base grande). A fin de lograr este objetivo, **se deben reducir las *barreras* para la implementación de las ideas.** En particular:

> Reducir la burocracia
> Garantizar la seguridad legal y los derechos de propiedad
> Asegurar la competencia en los mercados
> Disminuir la excesiva regulación
> Eliminar el proteccionismo
> Promover *clusters*

2. Competitividad en América Latina durante 2006

2.1 El Indice Global de Competitividad

A efectos de evaluar el conjunto de factores que hacen a la competitividad de un país (los cuales fueran sintetizados en el punto 1 del presente documento), el Foro Económico Mundial elabora anualmente un **Indice Global de Competitividad (IGC),** compuesto por un conjunto de más de 80 factores que determinan la base del triángulo de competitividad de un país, así como la altura del mismo. A su vez, estos factores son agrupados en lo que el Foro Económico Mundial considera como los "nueve pilares de la competitividad":

> Factores institucionales
> Infraestructura física
> Marco macroeconómico
> Educación básica y salud
> Educación avanzada
> Eficiencia en los mercados
> Disponibilidad y acceso a tecnologías
> Sofisticación de los negocios
> Innovación

Para elaborar el Indice Global de Competitividad, el Foro Económico Mundial toma una muestra de empresarios de 125 países del mundo y les efectúa preguntas sobre diferentes aspectos de la economía, debiendo calificar cada ítem consultado en el rango 1-7. Además de las respuestas a estas preguntas *(survey data),* se utilizan datos de carácter cuantitativo *(hard data),* los cuales son convertidos a la escala 1-7 (en base a una fórmula) para poder ser combinados con los resultados obtenidos de la encuesta. De este modo, el IGC buscar brindar a los países información útil a fin de conocer aquellas áreas prioritarias en las que convendría enfocar los esfuerzos para remover las barreras a la competitividad. En definitiva, el IGC actúa como un indicador de las áreas prioritarias de reforma, ya sea en el mercado laboral, en la esfera macroeconómica o en la institucional.

Por una cuestión de simplificación, en este documento se presentan exclusivamente los resultados del ***Global Competitiviness Report 05/06*** para países de América Latina, a los que se añadieron China e India y, como país representante de Europa, se sumó a España.

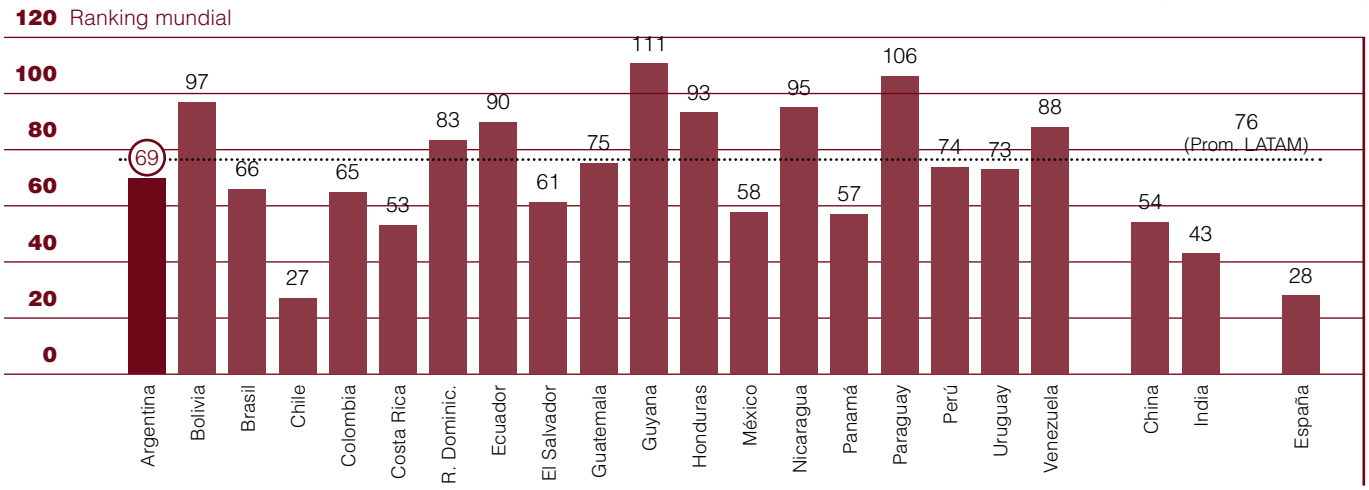
La conclusión del trabajo es que, sobre una muestra de 125 países, la Argentina se ubicó durante 2006 en el puesto 69 del ranking global de competitividad, posición que se asemeja a lo que sería la media de América Latina (76). Sin embargo, dentro de Latinoamérica, la posición de la Argentina es mucho peor que la de **Chile, que está situado en el puesto 27 (el país más competitivo de América Latina),** comparable a la posición obtenida por España (28). A su vez, la **Argentina está casi empatada con su gran competidor vecino, Brasil (que se sitúa en el puesto 66),** y más o menos igual que otros países cercanos, como Colombia, Costa Rica y El Salvador, que se ubican entre los puestos 60 y 70.

Todo este conjunto de países se encuentra lejos del grupo selecto de **cinco países con mayor competitividad,** compuesto en orden decreciente por **Suiza (5,81), Finlandia (5,76), Suecia (5,74), Dinamarca (5,70) y Singapur (5,63)[2].**

[2] *Entre paréntesis, se indica el valor del IGC para cada país durante 2006.*

Gráfico 5. Indice Global de Competitividad

Argentina	2005	2006
Valor del índice	4,09	4,01
Puesto en Ranking	54	69



Si se analiza la evolución en el tiempo del valor del IGC correspondiente a la Argentina, se concluye que en 2006 (4.01) ha experimentado una leve baja respecto del año previo (4.09). Esto significa que, en 2006, los empresarios percibieron que la competitividad de la economía argentina se deterioró respecto a 2005. Al mismo tiempo, **la Argentina ha bajado 15 puestos en el ranking global, pasando del puesto 54 (2005) al 69 (2006). Cabe destacar que, después de Nigeria (que cayó 18 posiciones), la Argentina es el segundo país que más posiciones retrocedió en el ranking mundial de competitividad.**

2.2 Análisis internacional comparado de los 9 pilares del IGC

A continuación se exponen los rankings internacionales de los nueve pilares que componen el IGC, a efectos de evaluar cómo se encuentra la Argentina en cada uno de ellos y para comprender a qué factores se debería la baja en el índice global de la Argentina.

1. Factores institucionales. Dentro de factores institucionales se incluye la responsabilidad *(accountability)* del sector público, así como su eficiencia, transparencia y dificultades que enfrentan los agentes económicos a la hora de tener que interactuar con las instituciones. Pero además de las instituciones públicas, se contempla también la calidad de las instituciones privadas (algo necesario teniendo en cuenta los últimos escándalos corporativos ocurridos en EE.UU.).

En este ítem, la Argentina se ubicó en el puesto **112** sobre 125, de manera tal que el país parece tener un problema serio de instituciones. Como contrapartida, la visión de los empresarios extranjeros sobre sus propias instituciones parece ser bastante buena en los casos de Chile (25), India (34) y España (39). Pero la mala noticia no es sólo que la Argentina está rankeada en el puesto 112, sino que ha caído: el índice en este factor pasó de 3,08 (2005) a 2,97 (2006). Así, la Argentina retrocedió 14 posiciones en el ranking de factores institucionales, desde el puesto 98 (2005) al 112 (2006). En otras palabras, ha habido un deterioro en la percepción que los empresarios argentinos tienen del marco institucional de su país.

2. Infraestructura física. En este caso, el estudio se centra en tres componentes esenciales de la infraestructura física de un país: energía, transporte y telecomunicaciones.

De acuerdo al ranking mundial, la Argentina no parece encontrarse tan mal en este aspecto. En efecto, el país se encuentra en el puesto **72,** prácticamente al mismo nivel que Brasil (71). No obstante, también ha existido en este caso un empeoramiento en la percepción de los empresarios, ya que el índice pasó de 3,53 (2005) a 3,26 (2006), derivando en una caída de 9 puestos en el ranking internacional. De este modo, en lo que hace a infraestructura física, la Argentina cayó desde el puesto 63 (2005) al 72 (2006).

3. Marco macroeconómico. Aquí se contemplan el resultado fiscal del gobierno, la deuda del sector público, la tasa de ahorro nacional, la inflación, el tipo de cambio real y el *spread* de tasas de interés (riesgo país).

En este ítem, la Argentina se encontraba en las peores posiciones hace cuatro años; pero después de la recuperación iniciada a fines de 2002, hoy en día se encuentra en el puesto **51,** bastante mejor que la mayoría de los países de América Latina. Sin embargo, todavía se sitúa lejos de Chile, que está 7mo del mundo, o China, que se encuentra en el 6to lugar del ranking mundial. Asimismo, es preciso señalar que no han existido grandes cambios en la percepción que los empresarios argentinos poseen acerca del marco macroeconómico (de hecho, una baja del índice desde 4,37 a 4,34, no es significativa). Considerando que la Argentina viene de una situación muy mala, tendría que estar mejorando mucho en este indicador y, si bien lo ha hecho en los últimos años, dicho progreso parece haberse estancado. Es probable que el repunte de la inflación durante el último año y medio sea la causa de este comportamiento.

4. Educación básica y salud. En el caso de la educación básica, el Foro utiliza la tasa de escolarización del primario, mientras que en salud emplea la mortalidad infantil, esperanza de vida, presencia de HIV, malaria, tuberculosis, entre otras cosas.

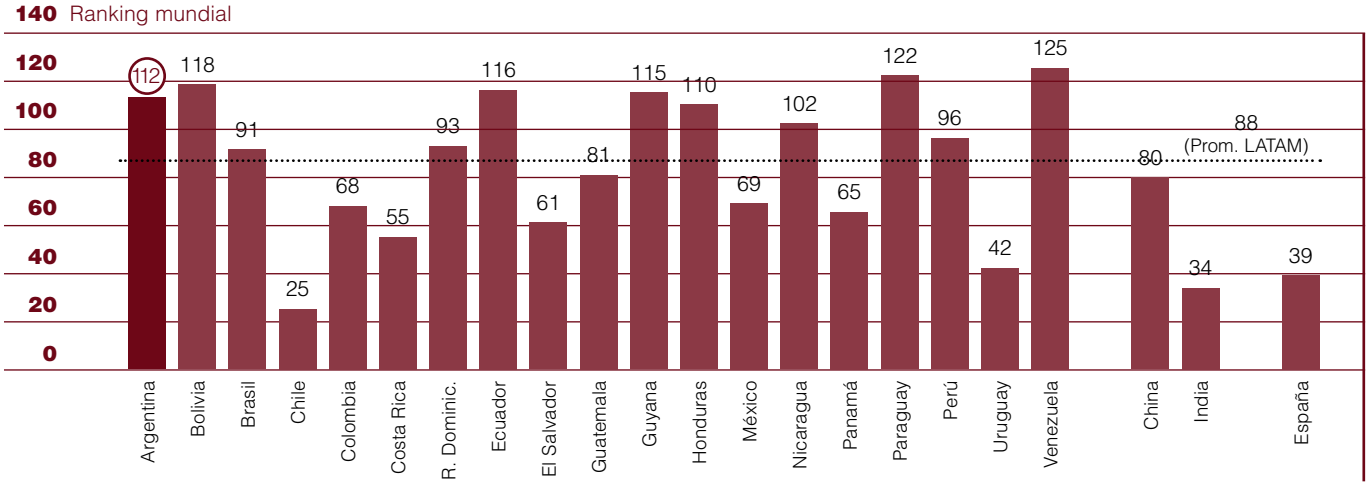
En este indicador, la Argentina presenta su mejor posición a lo largo de los nueve pilares de la competitividad. De hecho, el país se ubica en el puesto **23** del mundo, siendo el primer lugar conseguido por un país latinoamericano. Adicionalmente, si bien el índice de educación básica y salud de la Argentina se ha mantenido constante en 6,78, el país ha avanzado casi 20 posiciones en el ranking mundial (desde el puesto 42 al 23), lo cual se explica por un deterioro en el índice de otros países. Lo negativo tal vez sea que la Argentina debería mostrar avances en otros factores antes que en este aspecto, dado que en 2005 ya se encontraba en una buena posición y requeriría avances en otras áreas, como la educación avanzada. Es decir, sería un dato alentador para un país pobre de África, pero para la Argentina los datos *positivos* debieran buscarse en avances de otros indicadores.

5. Educación avanzada. Este indicador incluye lo que sería educación universitaria y profesional, midiéndose la tasa de escolarización del secundario y de estudios terciarios. Adicionalmente, se consulta a los empresarios acerca de la calidad del sistema educativo, particularmente en matemática y ciencias. Asimismo, se pregunta si el profesional que egresa de la universidad está listo para afrontar sus tareas laborales o si debe gastarse una enorme cantidad de recursos para reentrenarlo de manera tal de que pueda llevar a cabo sus tareas. En definitiva, constituye un indicador que refleja la utilidad del sistema educativo para el empresariado.

Gráfico 6. Pilares del IGC

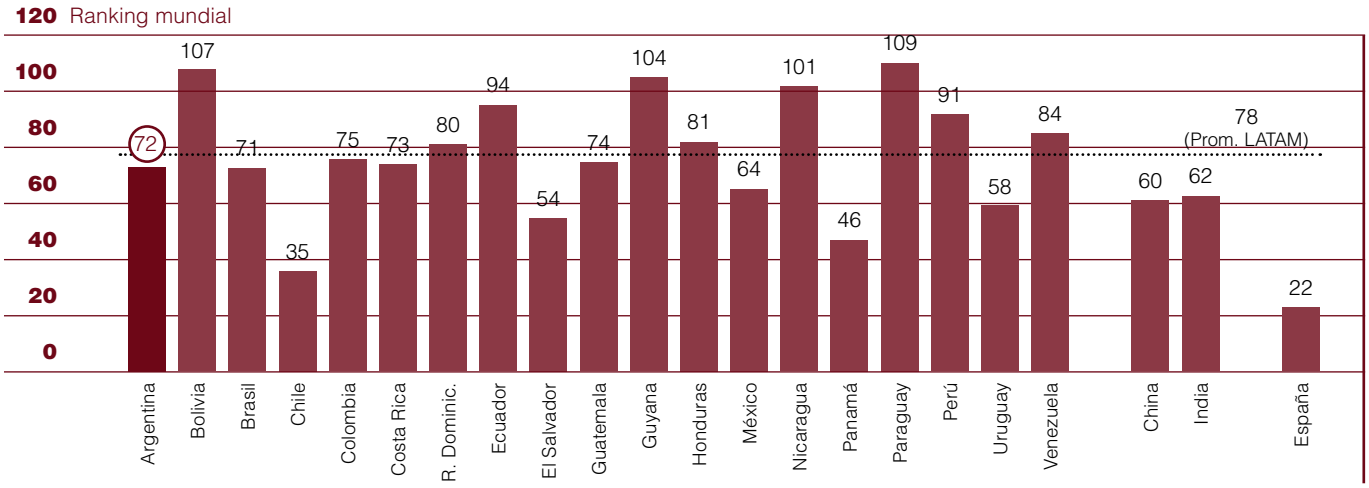
Calidad Institucional

Argentina	2005	2006
Valor del índice	3,08	2,97
Puesto en Ranking	98	112



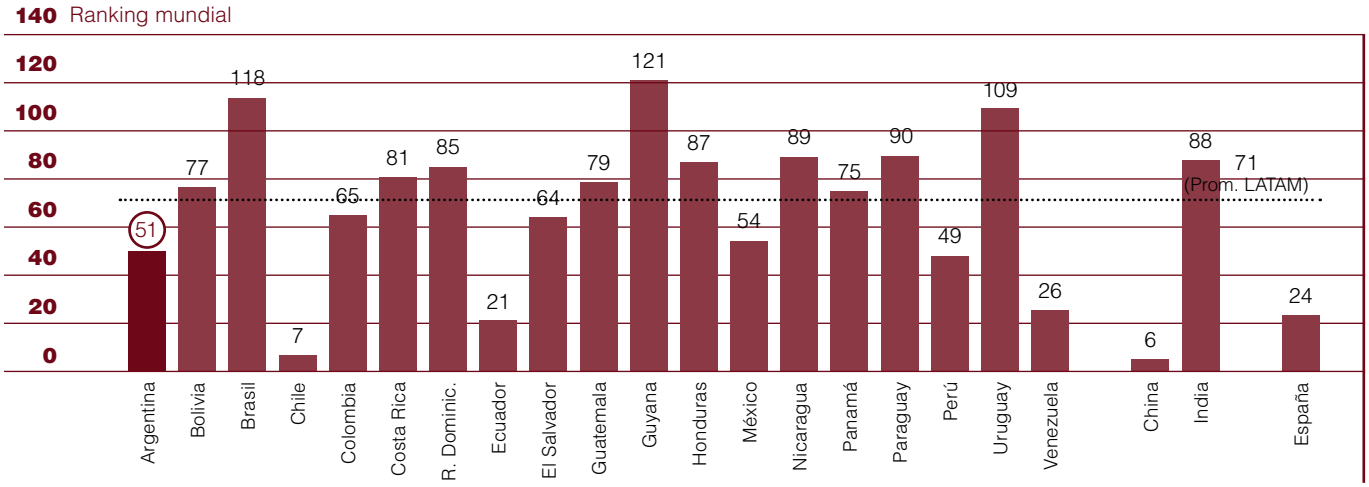
Infraestructura física

Argentina	2005	2006
Valor del índice	3,53	3,26
Puesto en Ranking	63	72



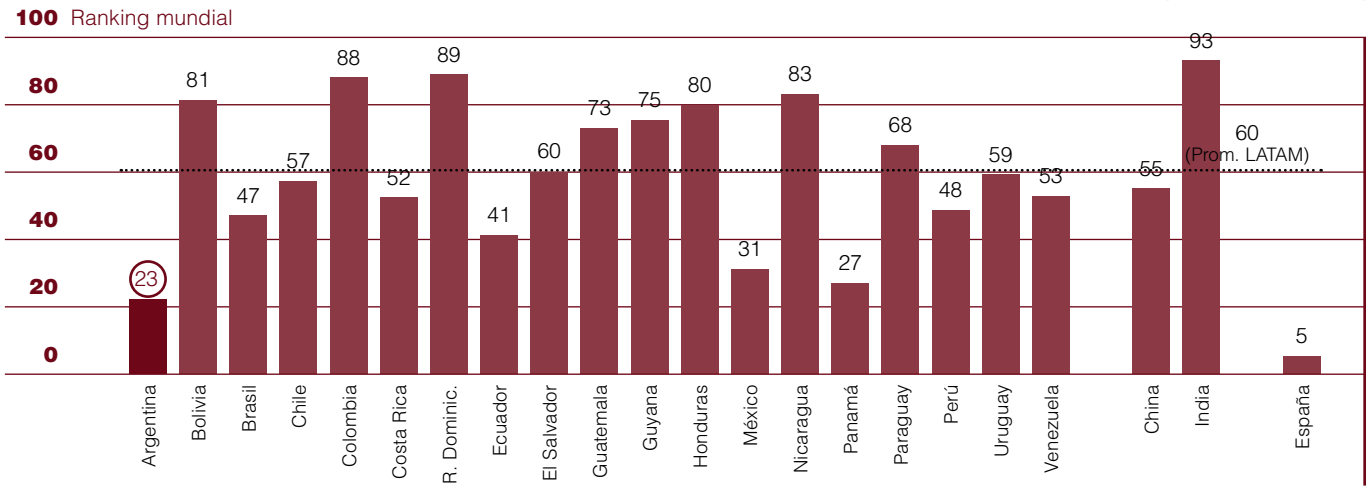
Marco Macroeconómico

Argentina	2005	2006
Valor del índice	4,67	4,64
Puesto en Ranking	56	51



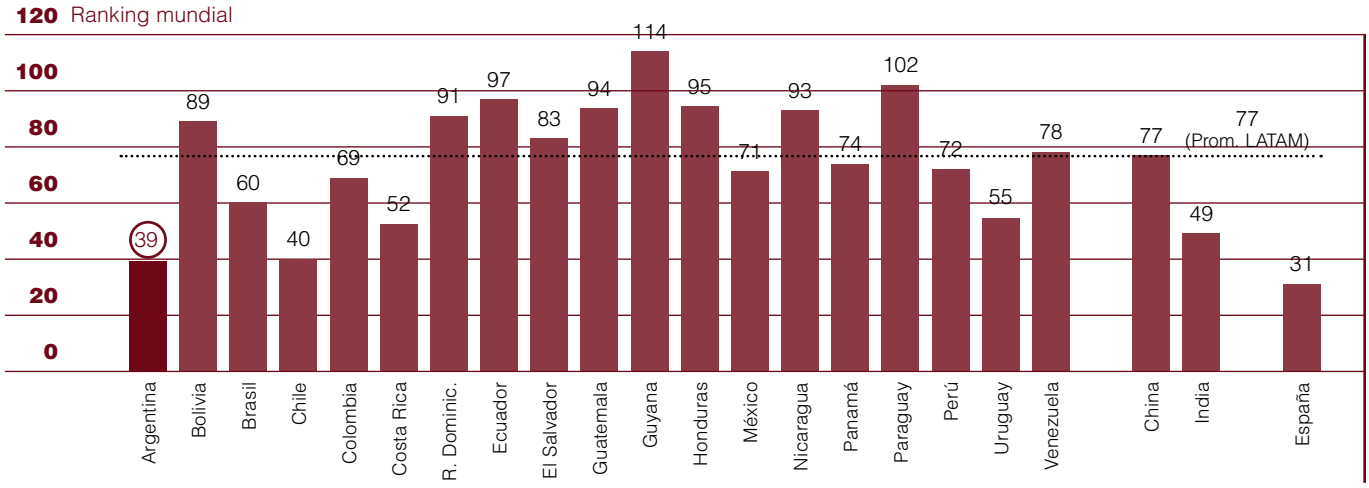
Educación básica y salud

Argentina	2005	2006
Valor del índice	6,78	6,78
Puesto en Ranking	42	23



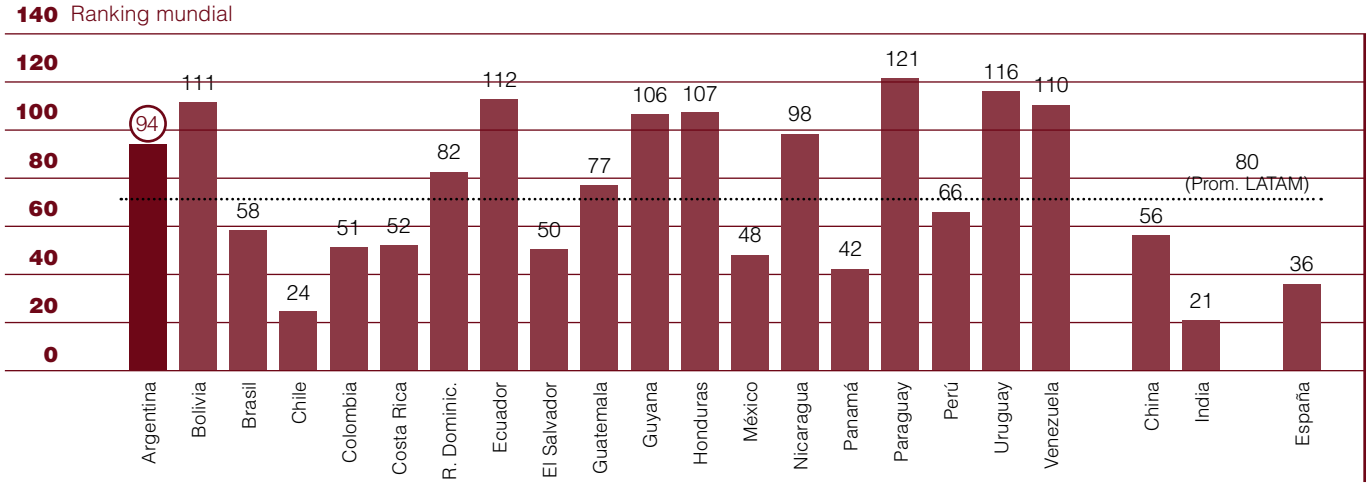
Educación avanzada

Argentina	2005	2006
Valor del índice	4,68	4,51
Puesto en Ranking	35	39



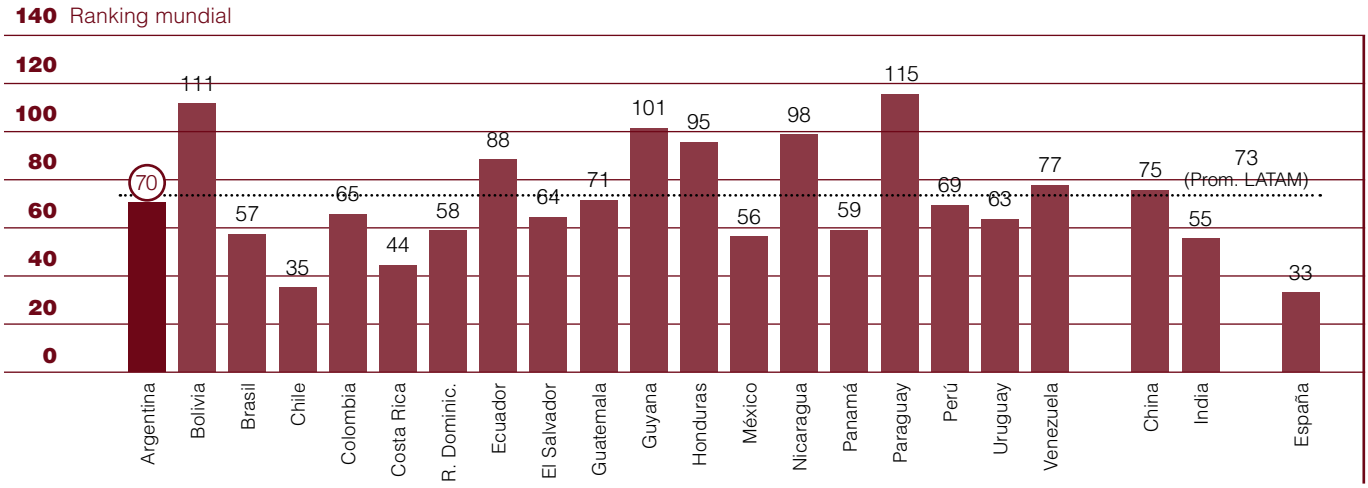
Eficiencia de los mercados

Argentina	2005	2006
Valor del índice	3,65	3,68
Puesto en Ranking	84	94



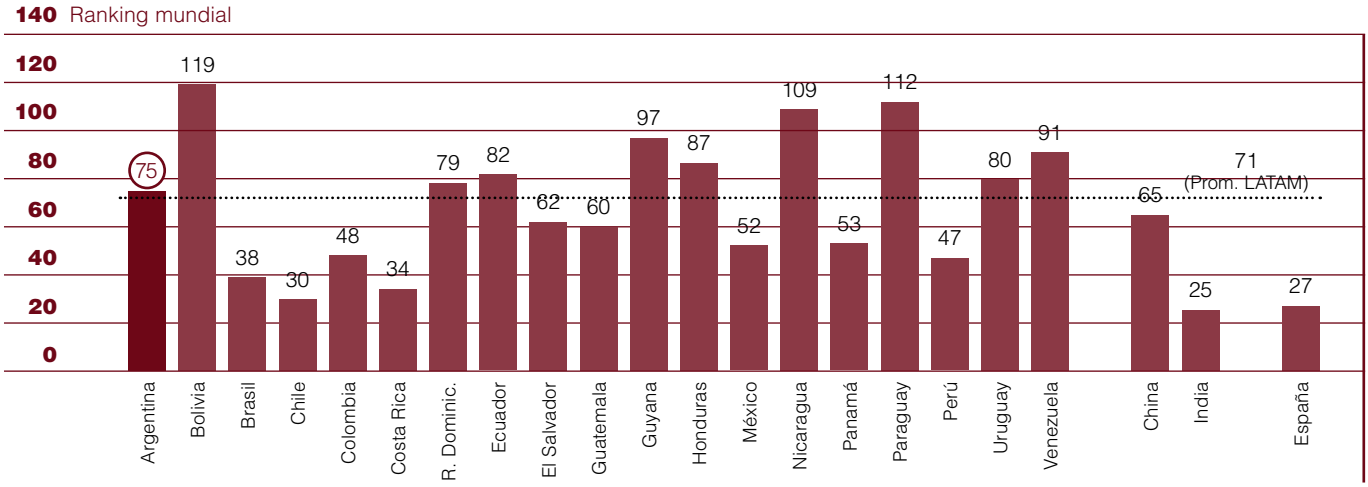
Disponibilidad y acceso a tecnologías

Argentina	2005	2006
Valor del índice	3,11	3,19
Puesto en Ranking	62	70



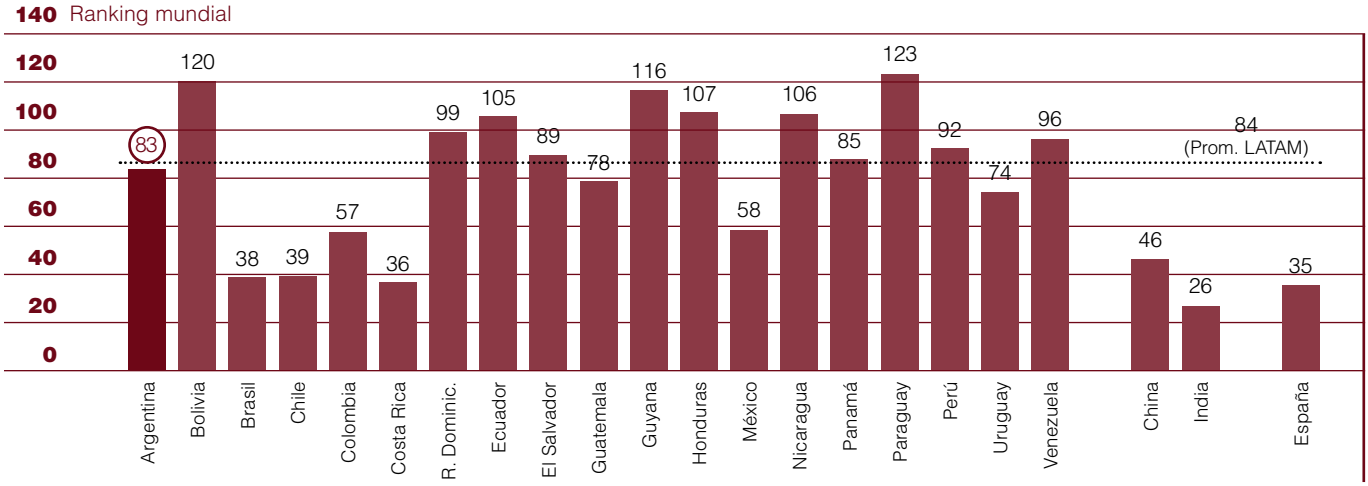
Sofisticación de los negocios

Argentina	2005	2006
Valor del índice	4,25	3,85
Puesto en Ranking	50	75



Innovación

Argentina	2005	2006
Valor del índice	3,18	3,03
Puesto en Ranking	62	67



En este caso, la Argentina se encuentra en el puesto **39** del mundo, nuevamente el mejor de América Latina y prácticamente empatado con Chile. De la muestra presentada en el presente documento, sólo España se ubica en una mejor posición (31), aunque no muy lejos de la Argentina. El mayor problema tal vez sea que en este aspecto la Argentina ha retrocedido, ya que su indicador pasó de 4,68 (2005) a 4,51 (2006), redundando en una caída de 4 posiciones en el ranking internacional (del puesto 35 al 39). De cualquier manera, los empresarios parecen tener una buena percepción del sistema educativo argentino.

6. La eficiencia de los mercados. Este ítem incluye tanto la eficiencia en el mercado de bienes (competencia/monopolios, favoritismos públicos de diferentes sectores, clusters, etc) como la eficiencia en el mercado laboral (flexibilidad legal y mental, discriminación femenina, meritocracia).

En estos aspectos, de acuerdo a la opinión de los empresarios, la Argentina parece tener problemas, dado que se sitúa en el puesto **94** sobre un total de 125 países. De hecho, la Argentina se encuentra muy lejos de Chile (24) así como de otras economías latinoamericanas importantes, entre las que se podrían citar a México (48) y Brasil (58), que se ubican en un nivel similar al de China (56). Es preciso aclarar que el valor de este indicador ha registrado en la Argentina una leve mejoría respecto al año 2005 (pasando de 3,65 a 3,68); pero, a pesar de ello, el país ha retrocedido 10 posiciones en el ranking mundial (desde el puesto 84 al 94). Esta aparente paradoja se debe a que muchos de los otros países que integran la muestra han experimentado una mejora superior a la que ha presentado la Argentina, de forma tal que en términos relativos la Argentina está peor que antes dentro del ranking internacional de eficiencia en los mercados.

7. Disponibilidad y acceso a tecnologías. Este ítem mide la velocidad con la que una economía adopta la tecnología existente para mejorar la productividad de sus empresas. Por consiguiente, este factor incluye el acceso a nuevas tecnologías como telefonía móvil, electrificaciones y el acceso a tecnologías de la información. También se utilizan indicadores cuantitativos, como el número de usuarios de Internet y el número de computadoras personales.

Aquí la Argentina vuelve a ocupar un lugar intermedio en el mundo **(puesto 70),** comparable con el de Colombia (65), Perú (69) y China (75). Sin embargo, se sitúa levemente por atrás de México (56) y Brasil (57) y, una vez más, lejos de Chile (35). En este pilar ocurre lo mismo que en "eficiencia de los mercados": el valor del indicador mejora (de 3,11 a 3,19), pero en el ranking general, el país cae (desde el puesto 62 al 70). En otras palabras, el indicador sugiere que en la Argentina hubo más acceso a las tecnologías durante 2006, pero el acceso a la tecnología en los países del extranjero también ha mejorado, y lo habría hecho a un ritmo mayor que en la Argentina.

8. Sofisticación de los negocios. En este aspecto, se consulta a los empresarios acerca de cuál es la naturaleza de la competitividad de su compañía; es decir, si bajar precios es suficiente para elevar las ventas, o si deben ofrecer más calidad, más servicio, mejor diseño, etc. Entre otros temas, también se consulta sobre la cantidad y calidad de los proveedores locales, la sofisticación del proceso de producción de sus propias empresas, la extensión del marketing y la presencia de cadenas de valor.

Aquí, la Argentina también se encuentra casi a mitad de tabla a nivel mundial **(puesto 75),** aunque levemente peor que la media de América Latina (71). De hecho, Chile (30), Costa Rica (34), Brasil (38), Perú (47), Colombia (48), México (52) y Panamá (53)

están mucho mejor posicionados que la Argentina. Asimismo, es preciso destacar que durante el último año la Argentina ha caído varias posiciones en este ranking, pasando del lugar 50 (2005) al 75 (2006), lo cual se debe a una fuerte disminución en el valor de su indicador de sofisticación de los negocios (desde 4,25 a 3,85).

9. Innovación. Este pilar es particularmente importante para países que han alcanzado la frontera tecnológica, pues es la única fuente que permite un crecimiento sostenido en el tiempo. Se contemplan, entre otras cuestiones, la calidad de las instituciones de investigación, el gasto de las empresas en I+D, la disponibilidad de ingenieros y científicos y la protección a la propiedad intelectual.

En este indicador, la Argentina vuelve a ubicarse mal en términos relativos con el resto del mundo, ya que ocupa el puesto **83** a nivel global. Se encuentra muy lejos de India (26) y España (35), así como de ciertos países de la región latinoamericana, tales como Costa Rica (36), Brasil (38), Chile (39) y Colombia (57) y México (58). En el aspecto de la innovación, los empresarios argentinos también piensan que el país ha empeorado en el último año, ya que el indicador retrocedió desde 3.18 (2005) a 3.03 (2006), derivando en una caída para la Argentina de 5 posiciones en el ranking mundial (del puesto 62 al 67).

2.3 Una visión detallada del IGC de la Argentina

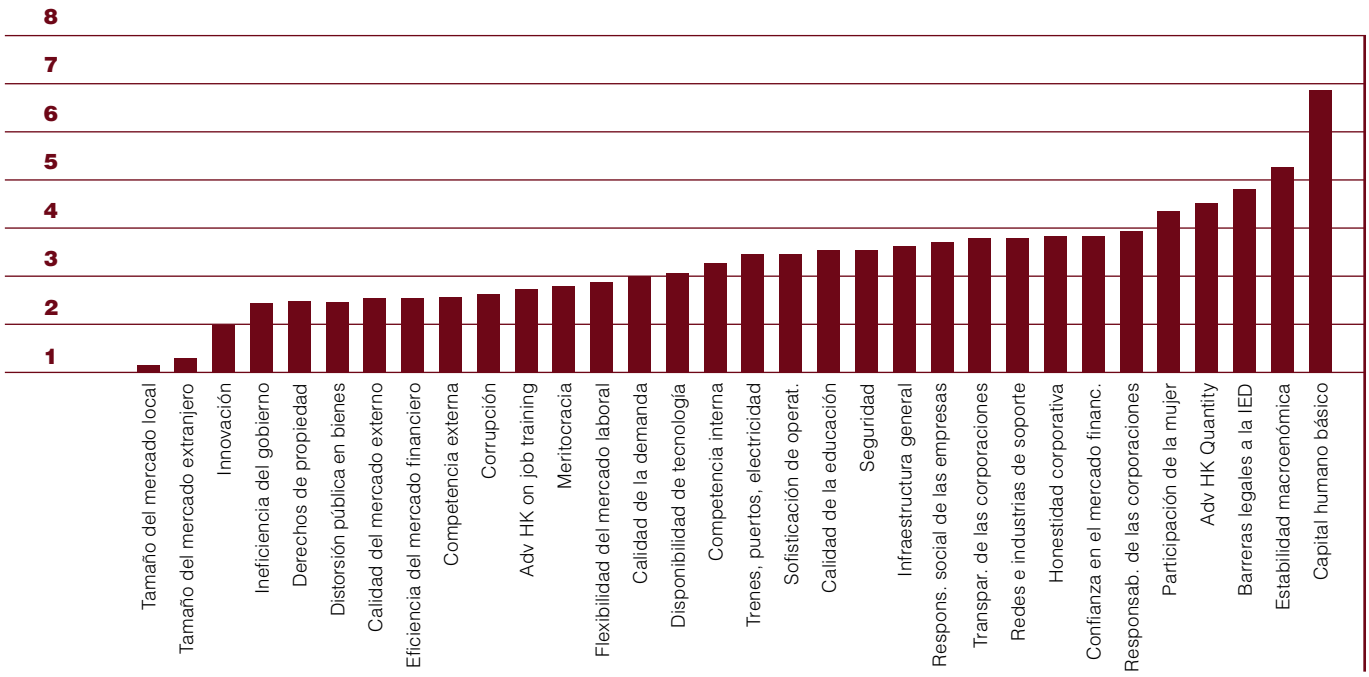
Es importante enfatizar las dificultades implícitas en un análisis internacional como el expuesto hasta ahora. En particular, las comparaciones a nivel mundial podrían estar sujetas a sesgos que no deben ser menospreciados: es posible que los empresarios de países extranjeros siempre sean optimistas y coloquen buenas notas, o sean más nacionalistas y permanentemente busquen poner buenas notas para dejar bien posicionado a su propio país; o bien, podría darse el caso que los empresarios argentinos sean muy pesimistas y suelan asignar malas notas a su país.

Por estos motivos, no convendría reducir el estudio exclusivamente a los rankings internacionales. Por el contrario, tiene mucho más sentido analizar la evolución en el tiempo del ranking de un mismo país, porque en ese caso son los mismos empresarios los que ven cómo los distintos aspectos que hacen a la competitividad mejoran o se deterioran a través del tiempo. De ahí que, en el análisis anterior, se haya tenido en cuenta también la evolución del valor de los indicadores que presentaba la Argentina.

Adicionalmente, es particularmente útil conocer la visión de los empresarios sobre los diferentes factores que hacen a la competitividad y que fueran mencionados en el punto 1 del presente documento. Así, uno podría saber dónde hay que actuar para mejorar la competitividad de la Argentina, según la opinión de los empresarios. A tal fin, se expone en el siguiente gráfico las notas que obtuvo la Argentina durante 2006 en un conjunto de factores vinculados a la competitividad, los cuales componen el IGC de la Argentina.

Los dos factores que han recibido las **notas más bajas** son el **tamaño del mercado local y el tamaño del mercado extranjero.** Con el primer factor no se puede hacer mucho, pero sí con el segundo. El tamaño del mercado extranjero se puede mejorar, implementando políticas que le permitan al país penetrar en los mercados internacional. Para ello, será necesaria una mayor apertura comercial. La Argentina todavía es un país cerrado. El coeficiente de apertura de la Argentina (medido como la suma de las importaciones y exportaciones del país, sobre el PBI) sigue siendo bajo y alcanza el 37%, muy por debajo de los coeficientes que registran las economías del Sudeste Asiático.

Gráfico 7. Factores que componen el IGC de la Argentina



Además del tamaño del mercado, uno de los mayores problemas que perciben los empresarios es el de la **innovación.** Es preciso recordar que la innovación no es un hecho independiente, sino que es un proceso que depende de muchas otras cosas, como las barreras burocráticas, las facilidades que otorgue el gobierno, el sistema impositivo, los tamaños del mercado, la eficiencia de los mercados, entre otras. Por ende, es posible que sea necesario trabajar para minimizar las barreras a la innovación.

La encuesta también sugiere que los empresarios argentinos tienen problemas con el **gobierno,** ya que asignan una baja calificación a la eficiencia del gobierno, a la protección de los derechos de propiedad y a las distorsiones públicas en el mercado de bienes.

Otro problema que identifican los empresarios es el de la **calidad del mercado exterior.** Es decir, existe demasiada exportación de bienes primarios. En este sentido, sería conveniente diversificar la producción y producir cosas que dependan mucho más de la calidad.

En la parte **positiva,** se debe destacar que los empresarios del país parecen estar satisfechos con sus **escuelas,** con la **estabilidad macroeconómica** y también con la **calidad del capital humano.**

En síntesis, para evitar la volatilidad que ha caracterizado a la economía argentina durante varias décadas, es preciso que el país institucionalice su política de superávit fiscal y, paralelamente, mejore el clima de negocios, anclándolo a un marco que brinde mayor previsibilidad y transparencia. No existe razón intrínseca alguna que impida a la Argentina seguir creciendo a tasas elevadas en los próximos años, siempre y cuando se lleven a cabo los esfuerzos necesarios para establecer una política acorde a dicho objetivo. Los resultados obtenidos por la Argentina en los diversos componentes del IGC deberían ser sugerentes acerca de cuáles serían las áreas prioritarias sobre las cuales convendría trabajar y orientar los mayores esfuerzos.