

IE-00007522-6

11348

La estrategia de la Argentina en relación al comercio mundial y regional de comienzos del tercer milenio

Félix Peña*

Presentación en la 3ra. Conferencia Industrial Argentina, Mar del Plata, 28, 29 y 30 de agosto de 1996.

1 - Negociaciones comerciales internacionales y creación de un entorno externo favorable a la competitividad industrial de la Argentina

En los últimos años las negociaciones comerciales internacionales de la Argentina han estado orientadas fundamentalmente a crear un "habitat" externo más favorable a la competitividad de todo tipo de bienes y de servicios argentinos en los mercados mundiales.

Esta debería seguir siendo la orientación de los próximos años, si es que se quiere iniciar el siglo XXI con un cuadro externo que facilite al máximo la capacidad existente, y la que se pueda desarrollar en la Argentina para producir bienes y para prestar servicios, especialmente aquellos que por su calidad, originalidad y precio, sean atractivos no sólo para los consumidores internos sino que también para los externos.

Com respecto a los consumidores externos, el objetivo prioritario deberían ser los de la región contigua (Mercosur y el resto de Sudamérica),

* El autor es especialista en relaciones económicas internacionales.

los de los países de mayor potencial de crecimiento económico (especialmente el Este y el Sudeste Asiático) y los de los de mayor ingreso per capita, que son también los de mayor nivel de exigencia (los de la OECD). Son todos ellos, sin embargo, los más atractivos para todos los demás países y por lo tanto los que presentan un cuadro más competitivo.

Es obvio que la eficacia de una estrategia activa de negociaciones comerciales internacionales, que abra y asegure a las empresas que operan en el país mercados altamente competitivos, dependerá en gran medida de la calidad y de la sustentabilidad social del esfuerzo interno de estabilización macroeconómica, y de la profundidad e inteligencia de un proceso de transformación productiva orientado a la continua incorporación del progreso técnico. Como lo demuestra la experiencia reciente de Chile (MELLER, 1996; MELLER, SÁEZ, 1995) son supuestos inevitables a la hora de competir con otras naciones en la atracción de inversiones productivas, especialmente de competidores globales, y a la hora de concretar el trazado de alianzas de la Argentina con otros países o grupos de países, especialmente los de la OECD, que impliquen una mayor fluidez en el acceso a sus mercados.

Más aún, sólo así pueden generarse las condiciones sistémicas necesarias para el aprovechamiento por parte de empresas localizadas en el país, de las ventajas y oportunidades que pueden resultar de acuerdos globales o regionales. Existe ya suficiente consenso además, que un factor interno crucial, es el desarrollo, con visión de largo plazo, de políticas educativas, de ciencia y tecnología, y de calidad y productividad, funcionales a los objetivos de competir en los mercados mundiales, en base al valor agregado intelectual en la producción de bienes y en la prestación de servicios. Hoy son ellos ejes centrales de las políticas activas de transformación productiva en muchos de los países que compiten con la Argentina en los mercados mundiales y regionales (por ej. Brasil y Chile).

La estrategia de negociaciones comerciales internacionales ha tenido en los últimos años varios puntos de concentración. Sobre ellos la sociedad argentina deberá seguir trabajando duro y, en muchos casos, habrá que mejorar incluso la eficacia tanto de la acción gubernamental como de la del sector empresario, si es que se quiere lograr la meta de tener al comienzo del siglo XXI, una participación en el comercio mundial superior en calidad y valor a la actual.

Como toda política exterior, la comercial internacional implica el arte de correlacionar necesidades y requerimientos internos en relación al mundo, con las posibilidades efectivas que existen de obtenerlos dada la realidad internacional del respectivo momento histórico. En buena medida tal correlación depende del valor real que el resto del mundo atribuye a un país en términos de seguridad, mercados y cultura. En este plano ha existido en la Argentina, particularmente en el pasado, una tendencia a sobrevalorizar la importancia real del país en el resto del mundo, particularmente en el industrializado, y ello se ha traducido muchas veces en sobreactuaciones de la política exterior.

Pero tal correlación depende también de la calidad de la organización nacional para articular demandas internas en relación al frente externo, y de la precisión de los diagnósticos tanto sobre las necesidades domésticas como de las posibilidades externas. En los países que mejor compiten a escala global, ello se refleja en la cantidad de recursos asignados para el accionar externo, tanto por el gobierno como por el sector empresario, en la eficacia de la coordinación dentro del gobierno y con el sector privado, y en la importancia de los centros e institutos dedicados a los estudios de las realidades internacionales, especialmente en el campo económico y comercial. Es mucho lo que habrá que avanzar aún en la Argentina esse respecto.

Teniendo en cuenta la dotación de recursos naturales y humanos, así como la ubicación geográfica de la Argentina, en el mediano y largo plazo las principales necesidades y requerimientos internos con respecto al entorno económico internacional del país, seguirán siendo:

- (i) la atracción de inversiones productivas y de tecnologías modernas;
- (ii) el abastecimiento de insumos, equipamiento y partes donde sea más conveniente;
- (iii) la obtención para los productores localizados en el país de un acceso cierto y fluido al número más amplio de consumidores con buen nivel de ingreso per capita;
- (iv) la conexión estable de la oferta interna con los circuitos de comercialización internacional;
- (v) el continuo desarrollo de una infraestructura física y de una logística, más eficientes y orientadas a los requerimientos del comercio exterior del país, y
- (vi) la atracción de inmigrantes calificados técnicamente.

En esta perspectiva, la presencia de un mayor número de competidores globales con operaciones en el país seguirá siendo un objetivo muy valorado. Su función puede ser clave en el acceso a terceros mercados. Debe tenerse en cuenta al respecto, que como señala la UNCTAD en su reciente informe sobre **“Corporaciones Transnacionales y Competitividad”**, “el sistema de producción internacional de las corporaciones transnacionales constituye un mercado interno para el flujos de bienes y de servicios, un mercado al cual las empresas que a él pertenecen tienen un acceso privilegiado”. (World Invest. Rep., 1995). Según el mismo informe el tamaño de este mercado está estimado 1.6 trillones de dólares (1993), lo que representa alrededor de los un tercio del comercio mundial y se ha duplicado en los últimos diez años. Si se considera además del comercio intra-firma de las corporaciones transnacionales, el comercio entre ellas y empresas que no son filiales, se llega al 67% del comercio mundial de bienes y de servicios en 1993. En el caso de América Latina, de los 4 mil millones de dólares de aumento de exportaciones de los 200 principales exportadores de la región, entre 1991 y 1993, las filiales extranjeras contribuyeron con 3 mil millones.

Además de la presencia de competidores globales, la creciente internacionalización de empresas locales serán un factor crucial en relación a las necesidades internas antes mencionadas. Es un proceso que sería facilitado con un activo apoyo del sector público y de los bancos. La internacionalización — o quizás “mercosurización” en una primera etapa — se concretará a través de inversiones, de alianzas estratégicas con socios externos, y acuerdos estables de proveedores — en muchos casos con competidores globales que operan en el país —, y contribuirá al desarrollo de redes de producción y de comercialización a escala global y regional, facilitando así la penetración de mercados externos de los bienes y de los servicios originados en la economía local, incluyendo sobretodo los originados en empresas medianas y pequeñas, y en las que operan en las economías regionales.

A su vez las posibilidades externas en el campo de las negociaciones comerciales internacionales dependerán, entre otros factores, de:

- (i) la tasa de crecimiento y la continua apertura de los otros mercados del mundo, especialmente los de la región y los de la OECD;

- (ii) la evolución de la Organización Mundial del Comercio y de las nuevas negociaciones que en su marco se encaren, probablemente a partir de su conferencia ministerial de diciembre próximo en Singapur; y
- (iii) la consolidación del concepto de regionalismo económico abierto, especialmente en el propio Mercosur y en América del Sur, en el Nafta y el plano hemisférico, en la Unión Europea y en la APEC.

2 - Los ejes de concentración de la inserción económica internacional

En la perspectiva de la correlación entre necesidades internas y posibilidades externas, es previsible que los ejes de concentración en el frente externo de las relaciones comerciales internacionales de la Argentina, continuen siendo basicamente similares a los de los últimos años.

Los principales ejes han sido y probablemente seguirán siendo los siguientes:

- i. la credibilidad internacional del país. El punto de partida del esfuerzo de los últimos años era, al respecto, casi dramático (PEÑA, 1995). No se creía en el país ni en sus posibilidades. No se creía por momentos ni en su palabra, ni en sus instituciones, ni en sus reglas de juego, ni en su moneda. El país no tenía crédito en el sentido más amplio de la palabra. Su imagen era la de un "maverick", malcriado, voluntarista, imprevisible e indisciplinado. La palabra decadencia era con frecuencia utilizada al referirse a la Argentina. La imagen no se correlacionaba sin embargo con la autoapreciación que los argentinos teníamos de nuestro valor como país en el resto del mundo. De allí una cierta soberbia en nuestra aproximación a otros países y un cierto complejo de "potencia mundial".

Mucho es lo que se ha avanzado en el restablecimiento de la imagen externa de la Argentina y de los argentinos. Pero es natural que los retrocesos sean apreciados en el resto del mundo con más severidad que en el caso de países con larga tradición de credibilidad internacional. Es preciso tener en cuenta que la credibilidad externa y la confianza son bienes públicos esenciales a la competitividad a escala global. Su logro y su preservación trascienden a la labor de un gobierno: es responsabilidad de toda la sociedad y en particular de sus sectores dirigentes.

No se trata sólo de la credibilidad y la confianza con respecto a las grandes cuestiones políticas y estratégicas. Por cierto que ellas son indispensables para ser percibido como un protagonista responsable y racional en las relaciones internacionales contemporáneas. Por ejemplo, con respecto a las políticas e intenciones en el campo nuclear y misilístico. Se trata también de cultivarlas en el plano micro, reflejándose por ejemplo, en la confiabilidad en los exportadores como proveedores estables y de calidad. El reciente informe Okita 2 (ESTUDIO..., 1996), lo pone de manifiesto en cuanto a la presencia nacional en los mercados asiáticos. Si se abandonan mercados externos porque la demanda interna aumenta y es más rentable satisfacerla, se puede ocasionar un daño serio a la credibilidad externa de todo el país. Como señalara con razón Jorge Castro en los meses de la crisis financiera de 1995, en materia de credibilidad y de confianza, el problema nacional en el exterior no era diferenciarse de México, sino diferenciarse de su pasado. Seguirá siendo aún un gran desafío de los próximos años y marcará ello la forma en que el país entre en el siglo XXI.

- ii. la participación activa en la Organización Mundial del Comercio. La Argentina es un "global trader". Sus intereses comerciales externos están diversificados en todo el mundo. El arco de sus exportaciones e importaciones, tanto de bienes como de servicios, se extiende a las Américas. Europa, el Oriente Medio y — por ahora en menor medida — al Este Asiático (exportaciones 1996: 35% Mercosur; 14% resto Sudamérica; 10% NAFTA; 22% Unión Europea; 8% Sudeste Asiático; 12% resto del mundo). Esta diversificación se acentúa, si se proyectan hacia el comienzo del siglo próximo las oportunidades que el Este Asiático y los países del Extremo Sur (Sudáfrica, Australia y Nueva Zelandia) presentan para las posibilidades de producción y exportación del país.

De allí que acertadamente la Argentina ha actuado como un protagonista activo de la reciente Rueda Uruguay del GATT, y ha suscrito y puesto en vigencia la mayoría de los acuerdos de Marrakesh, con la excepción significativa por el momento del acuerdo multilateral de compras gubernamentales. La posición nacional ha sido favorable al fortalecimiento de un marco multilateral efectivo del comercio mundial en torno a la OMC. Ello implica la aceptación de disciplinas comerciales multilaterales similares para todos los países, que permitan nivelar el campo de juego de la competencia económica mundial, restringiendo además la natural tendencia

al comportamiento unilateral de los países con los mayores mercados; la inclusión efectiva de la agricultura y de las nuevas áreas (servicios, propiedad intelectual, inversiones, medio ambiente) en su agenda de negociaciones, y en particular, el fortalecimiento de su capacidad de monitoreo y de solución de controversias. La democratización del sistema multilateral del comercio mundial, es del mayor interés nacional dada la dimensión relativa del país, y ella cruza por el fortalecimiento de la OMC. Por ello debe ser respetuoso ortodoxo de los compromisos asumidos en su ámbito, e ir más allá de ellos sólo cuando le conviene o por estricta negociación.

iii. la creación del Mercosur y el desarrollo de una red sudamericana de libre comercio en el marco de la ALADI, de la integración hemisférica y con el NAFTA, y de una alianza interregional con la Unión Europea. La región sudamericana y dentro de ella, el área definida por el actual Mercosur y Chile, ocupa un lugar prioritario en el comercio exterior argentino y, en especial, en sus exportaciones industriales. Representó en el primer trimestre de 1996 el 49% de las exportaciones argentinas. Ha sido en los últimos cuarenta años objeto de distintos esfuerzos de organización en torno a las ideas de cooperación e integración económica. La ALALC primero y luego la ALADI fueron resultantes de estos esfuerzos. En todos ellos la Argentina tuvo fuerte iniciativa. Si el 80% del comercio exterior argentino está vinculado con regiones con mayor o menor grado de organización intra-bloque, y con condiciones de acceso y reglas de juego diferenciadas (NAFTA, UE, Sudeste Asiático, Sudamérica), es el sudamericano el único ámbito de negociaciones comerciales internacionales en el cual los negociadores argentinos tienen una capacidad significativa para incidir en las condiciones de acceso a los mercados y en la definición de sus reglas de juego.

En 1986 la Argentina modificó sustancialmente su estrategia en el ámbito sudamericano. Gracias al cambio en la hipótesis de trabajo — del conflicto potencial a la cooperación activa — en la relación con el Brasil, introducido por el acuerdo tripartito sobre los recursos hídricos de 1979 y potenciado por el retorno de ambos países a la democracia, el Programa de Integración y Cooperación entre la Argentina y el Brasil (PICAB) introdujo, en el marco de permisibilidad brindado por la ALADI, una nueva metodología. Su esencia consistió en reducir el ámbito de la integración, al menos en una

primera instancia, sólo a las dos principales economías del área, y avanzar por pasos incrementales, sector por sector, a través de negociaciones directas entre los gobiernos, sin intermediarios ni la necesidad del consenso de otros países. La idea era generar comercio equilibrado por sectores, especialmente en alimentos, bienes de capital y automotriz. El objetivo desde el punto de vista argentino era crear condiciones externas favorables a su transformación productiva, a través del cambio de escala que para las inversiones industriales podía significar el acceso preferencial asegurado a un mercado de la dimensión del brasilero.

En 1990 la metodología se adapta a las nuevas realidades de apertura económica y comercial de la Argentina y del Brasil, al lanzamiento simultáneo de las ideas del NAFTA y de libre comercio hemisférico, a los avances previsibles en la Rueda Uruguay y a los cambios revolucionarios en el Este europeo, con su consiguiente impacto en la integración económica de Europa. Surge así el concepto del Mercosur, incorporando como era natural al Uruguay y al Paraguay, y abierto desde su inicio a Chile. Los plazos se acortan, los instrumentos se adaptan a la figura elegida de instalar una unión aduanera primero y luego desarrollar un mercado común, pero se mantienen elementos centrales de la metodología anterior, como son la negociación directa entre los respectivos gobiernos y la idea de razonables equilibrios intra-sectoriales (o de limitar el alcance de los desequilibrios).

Tanto la Argentina como el Brasil visualizaron siempre el Mercosur como una plataforma para mejor competir y negociar en el mundo. Ello se manifiesta desde el comienzo mismo con el acuerdo "4 + 1" con los Estados Unidos, con el primer acuerdo de cooperación con la Unión Europea y con el planteamiento de renegociación conjunta de las preferencias comerciales con los demás países sudamericanos. El cómo desarrollar esta estrategia de alianzas múltiples fue desde el comienzo y quizás seguirá siendo en el futuro, uno de los puntos más delicados de la estrategia del Mercosur, dado que como es natural no siempre las perspectivas, las prioridades temporales y los ritmos de avances en los distintos frentes externos son similares entre la Argentina y el Brasil. Pero la idea central de negociar como bloque se ha mantenido a pesar de circunstanciales disparidades o percepciones de disparidades. Ella ha salido fortalecida de las últimas cumbres presidenciales. Las dudas que existían antes en algunos sectores argentinos parecen al menos dejadas de lado, si bien no está claro si ello se debe al hecho que los Estados Unidos no han estado interesados o en condiciones

de impulsar la apertura de negociaciones para nuevas adhesiones al NAFTA, como lo prueba el caso chileno.

- iv. la sinergia pública-privada en la promoción de comercio y negocios en el exterior. El trabajo conjunto entre el gobierno y el sector privado para la promoción de comercio y negocios argentinos con el exterior, es uno de los aportes más positivos de los últimos años.

Además de la acción de las instituciones empresarias, como la propia Unión Industrial Argentina (UIA), la Bolsa de Comercio y la Sociedad Rural Argentina, con tradicional presencia en la defensa de intereses empresarios en el plano de las relaciones comerciales internacionales, en los años recientes se ha reflejado esta tendencia en otras múltiples formas, entre las cuales cabe destacar la creación de instituciones mixtas, destinadas o a la promoción de exportaciones como la Fundación Export-AR o a la de las inversiones como la Fundación Invertir; la creación de instituciones privadas pero que desarrollan sus actividades en estrecho contacto con el gobierno, como son la Fundación Okita, para el Japón y el Sudeste Asiático, el Club Europa-Argentina, para Europa y entes similares que actúan en el campo hemisférico como el CEAL y el Caucus Argentina-Estados Unidos.

Cabe destacar otra modalidad ya iniciada durante la presidencia del Dr. Alfonsín, y utilizada intensamente en la presidencia del Dr. Menem que es la de la organización de misiones empresarias en ocasión de viajes presidenciales al exterior, a través de la acción eficaz que la Cancillería ha desarrollado en los años muy recientes con su unidad empresaria dependiente de la Secretaría General (KRECKLER, 1996). En ocasión de la visita este mes de agosto del Presidente Menem a Malasia, se desarrolló incluso una modalidad muy práctica de cooperación gobierno-empresas, como fue la reunión de trabajo en los que participaron empresarios argentinos y los embajadores del país en el área asiática.

Este trabajo conjunto Cancillería-empresas, se ha desarrollado también en años recientes a través de las periódicas reuniones sobre oportunidades de comercio y negocios en áreas y países específicos, organizadas por la Fundación Export-Ar, especialmente destinada a pequeñas y medianas empresas, y empresas del interior, con trabajos previos y la presencia de los consejeros económicos del país en el área respectiva. Es una modalidad sumamente positiva.

Finalmente cabe mencionar la transformación de consejerías comerciales y consulados, en centros de promoción de comercio y negocios,

en algunas de las ciudades claves de países seleccionados por su importancia en el comercio exterior del país.

Como lo señala el citado informe Okita 2 (ESTUDIO..., 1996), en sus conclusiones para el área del Sudeste Asiático, pero que aparecen como válidas para el resto del mundo, en los próximos años este esfuerzo conjunto debería reforzarse, en cuanto a los recursos asignados, los que deberían estar en proporción directa a las metas perseguidas de crecimiento del comercio exterior y a los que destinan los países similares con los cuales la Argentina compite en cada área. Además debería acentuarse la coordinación entre los distintos esfuerzos, tanto en el sector público en el que se observa una cierta dispersión de instituciones y programas, como en el sector empresario, en el que la dispersión y el subdimensionamiento de los esfuerzos en relación a las metas perseguidas parece aún mayor. Quizás el ámbito del Grupo de los 8, sea el adecuado para comenzar a articular una acción empresaria más sistemática en el campo de las relaciones comerciales internacionales y de la promoción del comercio exterior, con la activa participación de los sectores de la industria, del campo y del comercio, pero sobretodo de las instituciones financieras, que pueden desarrollar — como en otros países — un activo papel en la proyección internacional de las empresas del país.

- v. la aplicación eficiente de políticas e instrumentos orientados a neutralizar los efectos de prácticas desleales de comercio. En un contexto de apertura comercial y de inserción activa en los mercados globales y regionales, resulta fundamental a la protección de los legítimos intereses industriales del país, la administración eficiente de políticas e instrumentos orientados a detectar y neutralizar los efectos de prácticas desleales de comercio originadas en terceros países y en sus empresas, especialmente a través del dumping y de los subsidios.

Al respecto, en los últimos años se han efectuado significativos progresos en la modernización del marco regulatorio acorde con los compromisos de la OMC y del Mercosur, como así también en dotar al Estado de una organización más eficiente en la materia, incluyendo el funcionamiento de la Comisión Nacional de Comercio Exterior, como ente autónomo.

- vi. la utilización de la cooperación financiera e industrial internacional. En términos relativos son significativos los fondos que se han canalizado al país para sustentar el esfuerzo interno y externo de promoción del

comercio exterior, y de la competitividad internacional de sus empresas. Ellos se originan en proyectos del Banco Interamericano de Desarrollo y del Banco Mundial; en programas de cooperación técnica como los de la Unión Europea; así como en múltiples líneas de financiamiento de pre-inversión y de proyectos, y de programas de cooperación industrial originados en países industrializados.

Un relevamiento y evaluación de los recursos canalizados al respecto en los últimos años, permitiría extraer algunas conclusiones acerca de la forma de asegurar el máximo aprovechamiento de los recursos invertidos, y su efectiva utilización por el sector empresario interesado en proyectar al plano regional y global, su capacidad para producir bienes y para prestar servicios, especialmente las pequeñas y medianas empresas, y las empresas del interior.

3 - Globalización, multilateralismo y regionalismo: proyección de las tendencias actuales

De persistir las tendencias que se observan en la actualidad, en los primeros años del próximo milenio el Mercosur debería estar consolidado y desarrollado en sus elementos fundamentales; la red sudamericana de libre comercio estaría prácticamente completa al menos en su aspecto central de liberación de los flujos comerciales y de establecimiento de regulaciones comunes en cuestiones importantes del comercio de bienes y servicios; el área de libre comercio de las Américas podría estar en condiciones de entrar en vigencia en la fecha prevista del 2005, y se podría haber concretado la alianza económica y política, incluyendo mayor fluidez en el comercio recíproco y en las inversiones, entre el eje interregional Mercosur-Unión Europea. A su vez, en el marco de la Organización Mundial del Comercio se habrían ya iniciado negociaciones para profundizar sustancialmente los campos y los compromisos adquiridos en la reciente Rueda Uruguay, culminando un proceso cuyas bases habrían sido establecidas en la próxima conferencia ministerial de Singapur.

En esta visión naturalmente optimista de la evolución del sistema comercial internacional, regionalismo y multilateralismo aparecen reforzándose mutuamente, cumpliéndose así la idea de que el regionalismo abierto, más que alimentar las tendencias naturales al proteccionismo y a la

fragmentación del comercio mundial, serviría para construir el edificio de la OMC, especialmente sus disciplinas colectivas. Para medir la importancia del regionalismo debe tenerse en cuenta que el 61% del comercio mundial se desarrolla hoy en día entre países con acuerdos de libre de comercio (BERGSTEN, 1996).

En la medida que las tendencias actuales no fueran alteradas sustancialmente por fuerzas centrífugas que pudieran afectar la estabilidad y la paz mundial — hipótesis no necesariamente irrealista — la tesis principal de esta presentación es la de que a la Argentina y a sus empresas, no sólo les conviene sino que deben desarrollar sus estrategias de inserción comercial internacional, asumiendo que es posible ahora lograr a través de un proceso continuo e incremental de negociaciones, tanto a nivel de la región contigua (Mercosur y Sudamérica), como a escala global (OMC) y en los principales ejes de su inserción interregional (Hemisferio, Europas y Asia), una mayor fluidez en los flujos de comercio e inversión, y una mayor igualdad de oportunidades para penetrar terceros mercados, aprovechando ventajas competitivas que se desarrollen. Sin embargo, aún en el escenario más optimista imaginable, la posibilidad efectiva de proyectar a escala global y regional la capacidad de competir con bienes y servicios, dependerá en primer lugar de los esfuerzos internos que la sociedad en su conjunto y sus empresas efectúen para mejorar sustancialmente su productividad, sus disciplinas económicas y sociales, y por ende su competitividad global; y en segundo lugar, de la habilidad con que en forma conjunta, gobierno y sector privado, diseñen y concreten las estrategias negociadoras para lograr las condiciones más favorables en terceros mercados.

En tal perspectiva, es nuestra opinión que los mayores esfuerzos tendrán que desarrollarse en los próximos años en el plano de las tecnologías organizativas — a nivel gubernamental, empresario y de sus instituciones — para extrovertir agresivamente y con éxito la economía argentina, que al promediar la década de los noventa presenta signos muy fuertes aún de la cultura de la introversión con respecto a los mercados y a la realidad internacional, que por tantos años marcara el carácter nacional. Es un Estado moderno y eficiente, condición necesaria para que empresas modernas y eficientes, derramen hacia el resto del mundo su capacidad para competir.

4 - El Mercosur y el libre comercio sudamericano en la primera década del 2000

El Mercosur fue concebido desde sus inicios como un eje central de la estrategia de inserción argentina — y la de sus socios — en la economía mundial. No como un eje único. Pero sí como el que permitiría potenciar la capacidad de competir y de negociar de cada uno de sus socios en los mercados y en los foros económicos globales.

Todo indica que éste debería continuar siendo el enfoque en los próximos años. En nuestra opinión el Mercosur y su columna vertebral, la alianza estratégica entre la Argentina y el Brasil, seguirán siendo en los próximos años la opción más inteligente para sustentar la inserción del país en el mundo.

Ello implica reconocer en el Mercosur una asociación voluntaria para el trabajo conjunto entre naciones soberanas — y que aspiran a continuar siéndolo — que se unen por reconocerse como similares en sus objetivos estratégicos, esto es la idea de consolidar la democracia, lograr una profunda transformación productiva para superar la obsolescencia tecnológica y las desigualdades sociales, e insertarse competitivamente en la economía global.

Los socios del Mercosur saben que su proyecto conjunto es viable en la medida que estos objetivos sigan siendo valorados por cada una de sus sociedades. Saben que lo que los une además de los objetivos comunes, es una metodología de trabajo conjunto que les permite preservar en forma dinámica un cuadro de ganancias mutuas y sostener disciplinas colectivas sin perjuicio de preservar un grado, a veces amplio, de libertad para desarrollar sus propias políticas económicas e incluso sus políticas exteriores. Sin ganancias mutuas, el Mercosur perdería la relevancia que se le ha atribuido en la política internacional de la Argentina.

Al promediar la primera década del tercer milenio el Mercosur habría ya consolidado la unión aduanera y el mercado común previsto en el Tratado de Asunción debería también estar desarrollado en sus principales elementos, esto es la inclusión de los servicios, las disciplinas colectivas en materia de políticas comerciales, sectoriales y macroeconómicas, y una circulación, más libre de todos los factores de la producción.

La idea original fue abrirle a las empresas localizadas en la Argentina — y como es lógico, la misma perspectiva tuvieron los otros socios — la

certeza de un acceso irrestricto a un mercado de 200 millones de consumidores con un amplio potencial de crecimiento. Desde el punto de vista argentino fue también una apuesta al éxito del Brasil en su voluntad de transformar profundamente su economía, y de retomar sobre bases estables altas tasas de crecimiento que en el contexto de la apertura comercial decidida en 1990, tendrían un fuerte impacto en el nivel de sus importaciones. La ampliación del mercado debía permitir una mayor escala de producción, y ganancias de eficiencia y productividad. Asimismo, el mercado regional debía facilitar el proceso de internacionalización de empresas medianas y pequeñas, que operarían en un mercado competitivo pero más cercano económica y culturalmente.

Ha sido una apuesta acertada pues el Brasil duplicó sus importaciones entre 1993 y 1995 y ha restablecido condiciones macroeconómicas para tener tasas elevadas en los próximos años. El hecho que se triplicaran las exportaciones argentinas al Brasil entre 1991 y 1995, indica un resultado positivo de la experiencia. La estimación de Alieto Guadagni es que en el 2000 la Argentina podría estar exportando unos 13 mil millones de dólares, es decir casi el doble de lo que se espera sea el resultado de este año.

Cabe destacar que en el comercio intraregional de manufacturas, las empresas transnacionales han tenido un papel relevante, siendo responsable en 1993 del 65% del total (World Invest. Rep., 1995, p.83). Pero también cabe destacar que, como ha señalado en reiteradas oportunidades el propio Guadagni, parece haber una "brecha de aprovechamiento" entre lo que ha sido la presencia de productos argentinos en el mercado brasilero y lo que son las oportunidades existentes, si ellas se miden por el tipo de bienes que Brasil está importando y las ventajas comparativas para producirlos en forma eficiente en la Argentina. Las limitaciones estarían más por el lado de la oferta argentina que por el lado del acceso a la demanda brasilera, ya que la mayor parte de los productos que Brasil importa gozan de una clara preferencia arancelaria en favor de los socios del Mercosur. Se confirmaría así el diagnóstico hecho en 1992 por un estudio de la ONUDI en el sentido que en el Mercosur se habría avanzado más en el proceso de liberación arancelaria — donde a pesar de las excepciones de las listas de adecuación los resultados han sido muy amplios — que en el de la reconversión industrial conjunta, en el marco de acuerdos sectoriales elaborados por los propios empresarios. De hecho en sólo dos sectores se han observado acuerdos explícitos: uno el

siderúrgico — único acuerdo sectorial concluido en el marco de la Decisión no 3-91 del Consejo del Mercosur —, y el otro el automotriz, como consecuencia de la continuación del tratamiento sectorial que se había iniciado en el Protocolo 21 del PICAB.

A su vez, el acuerdo de asociación entre el Mercosur y Chile, y el que se concluirá con Bolivia, inician el camino hacia una red sudamericana de libre comercio. Ello debería permitir un acceso más fluido de la producción argentina a un mercado de trescientos millones de consumidores, que superará los cuatrocientos millones en la primera década del próximo siglo.

La conexión sudamericana no se basa sólo en el comercio. Por el contrario ella se extiende a distintos campos de cooperación económica en donde existe un amplio potencial de negocios conjuntos dentro de un cuadro de ganancias mutuas para todos los protagonistas, como son el de la energía, el de las telecomunicaciones, el del transporte y la infraestructura física, especialmente en los ejes transoceánicos.

El desarrollo de una red sudamericana de libre comercio, es una idea muy positiva, en la medida que no signifique debilitar el concepto inicial del Mercosur, expresado en su alcance político y cultural, y en la figura de la unión aduanera y del mercado común, con las consiguientes disciplinas colectivas macro-económicas, comerciales y sectoriales entre sus socios. Diluir la idea original en un concepto más vago de zona de libre comercio, con la participación de un número amplio de socios, podría traer como consecuencia un rápido deslizamiento del Mercosur hacia lo que había sido hasta 1986 la experiencia frustrante de la ALADI. Se perdería el perfil político e internacional del proyecto, afectando seriamente la "marca" que lo ha diferenciado hasta el presente.

Proyectado hacia la primera década del siglo XXI, la consolidación y expansión del Mercosur, requerirá para seguir siendo válido como instrumento poderoso de la transformación productiva argentina, y del esfuerzo de competitividad global y regional de sus empresas:

- (i) incluir los servicios y las compras gubernamentales en sus reglas de juego;
- (ii) progresar en el desarrollo de disciplinas colectivas macro-económicas, comerciales y sectoriales;
- (iii) garantizar jurisdiccionalmente el derecho al acceso irrestricto a los respectivos mercados, tanto para los bienes como para los servicios;

- (iv) profundizar la idea de transformación productiva conjunta, utilizando para ello el instrumento de acuerdos sectoriales empresarios y en particular, previendo financiamiento de pre-inversión para proyectos conjuntos empresarios y alianzas estratégicas orientados a terceros mercados, para lo cual podría utilizarse un porcentaje mínimo de la renta aduanera común;
- (v) encarar en forma conjunta programas en el campo de la educación, la ciencia y tecnología, y la calidad y la productividad, orientados a acrecentar la competitividad global de las empresas de la región;
- (vi) continuar con la identificación y la eliminación concertada de asimetrías y de otras distorsiones artificiales — originadas en políticas públicas, marcos regulatorios, prácticas gubernamentales y empresarias — de las competitividades relativas entre los socios;
- (vii) preservar en las negociaciones comerciales conjuntas en el ámbito sudamericano, y con otros países y regiones, los privilegios que significa ser socio pleno del Mercosur, evitando otorgar el status de “free-rider” — especialmente en su efecto sobre la atracción de inversiones productivas — a países que no asumen los costos que representan las disciplinas colectivas pactadas, y
- (viii) desarrollar una estructura institucional, con un mínimo de órganos comunes de bajo costo, pero con la suficiente independencia de criterio que permita, a la vez, preservar una visión de conjunto, asegurar el cuadro de ganancia mutua que sustenta el vínculo asociativo entre los socios, sobretodo teniendo en cuenta la asimetrías de dimensión económica entre ellos; y conciliar los requerimientos de seguridad jurídica, que hacen a la eficacia del Mercosur en la atracción de inversiones, y flexibilidad, que hacen a la adeptación de la integración a los continuos cambios en las realidades y a las situaciones de emergencia económica.

Lo esencial sin embargo, será seguir concibiendo al Mercosur como algo más que un proyecto destinado a facilitar el libre comercio y la mayor integración económica entre los socios. Es, por el contrario, un proceso de dimensión política y cultural orientado a afirmar las respectivas identidades nacionales, generando un horizonte de futuro a partir de una visión común de los desafíos y oportunidades que plantean la globalización y la inserción competitiva en el mundo del siglo XXI. Es este sentido estratégico profundo incluso, el que explica la perspectiva con la que los Presidentes Menem y

Cardoso encararon la única dificultad seria que tuvo hasta el presente el Mercosur, que fue la crisis automotriz de 1995. Explica también el interés y el respaldo que el concepto Mercosur despierta en amplios sectores sociales — especialmente juveniles — de nuestro país y de sus socios. Es la percepción de ese sentido estratégico la base de la sustentabilidad social de los naturales costos que implica todo proceso de integración regional. Y es precisamente ese el sentido estratégico que hay que preservar al encarar la dimensión sudamericana e interregional del Mercosur.

5 - La extroversión del Mercosur y de sus empresas: los ejes interregionales (NAFTA, Unión Europea, Sudeste Asiático)

El concepto del Mercosur supone una apertura de sus socios a los mercados globales. En la metodología definida en el Tratado de Asunción supone además que los socios desarrollarán en conjunto negociaciones comerciales con otros países o grupos de países, no sólo en Sudamérica, para también en el resto del mundo.

El camino se comenzó a recorrer con la firma del acuerdo "4 + 1" con los Estados Unidos y luego la participación conjunta en el proceso del libre comercio hemisférico; con la conclusión del acuerdo marco de Madrid entre la Unión Europea y el Mercosur, y es probable que en relación al Este y Sudeste Asiático, los primeros pasos se den próximamente con acuerdos con al Japón por un lado, y con el ASEAN por el otro.

En cada uno de estos frentes, los ritmos y los alcances de los avances futuros estarán determinados fundamentalmente por el interés real de los Estados Unidos y de la Unión Europea de encarar en algún momento negociaciones de libre comercio. Nada indicaría por el momento que ésta será la situación antes de bien comenzada la próxima década, y aún así las dudas al respecto son fundadas. Sin embargo, sería posible avanzar en otorgar más fluidez a los flujos de comercio y de inversiones, a través de la negociación de medidas no arancelarias, de marcos regulatorios y distintas modalidades de cooperación financiera e industrial (PREEG, 1996; HAYES, 1996).

Factores que incidirán en los avances que se logren en los próximos años en las relaciones entre el Mercosur y estos ejes interregionales, serán por los

menos dos. Por un lado, serán las expectativas que existan en dichas regiones con respecto a las oportunidades de comercio e inversión derivadas de las tasas de crecimiento del producto interno y de las importaciones del Mercosur, en función sobretodo del comportamiento de la economía brasilera. Se estima que en el año 2000 las importaciones del Brasil habrán superado los 85 mil millones de dólares. Por el otro, será el efecto en cadena que seguirá produciendo el proceso de liberalización competitiva desatado entre los grandes mercados y bloques económicos en los últimos años. El movimiento de un bloque hacia en área, produce como respuesta un movimiento de intensidad similar o superior del otro bloque. Se observa ello especialmente en la relaciones de los Estados Unidos y de Europa, con la región del Este y Sudeste Asiático. Esta competencia por desarrollar ejes interregionales refleja la fuerte competencia económica entre los países de la triada industrializada (Estados Unidos y el Nafta; Japón, y el Este y Sudeste Asiático; Alemania y la Unión Europea) por los grandes mercados emergentes de Europa del Este (Rusia), de Asia del Este (China) y de América del Sur (Brasil).

La interacción competitiva y el diálogo entre grandes regiones económicas multinacionales, continuará siendo un factor dominante de las relaciones económicas internacionales de este fin de siglo y de comienzos del próximos. Sin perjuicio de otros, cinco ejes aparecen como importantes en una proyección de largo plazo: NAFTA-Europa, NAFTA-Asia, Europa-Asia, Europa-Mercosur, y NAFTA-Mercosur. Lo que en ellos y entre ellos ocurra, permitirá responder a la pregunta sobre si el regionalismo económico contribuirá a la lógica de integración global o a la de la fragmentación.

En buena medida la respuesta dependerá de la voluntad de los principales países de fortalecer la OMC. Especialmente su capacidad de desarrollar y asegurar la efectividad de disciplinas colectivas multilaterales — incluso para el regionalismo — en relación al acceso a mercados, a la agricultura, y a los marcos regulatorios (competencia económica, prácticas desleales de comercio, propiedad intelectual, servicios, inversiones, medio ambiente). Si bien mucho se ha avanzado al respecto en la Rueda Uruguay, mucho es lo que falta aún recorrer en los próximos años.

Estos cinco ejes concentran los flujos de comercio e inversiones de la economía mundial. Representan los principales espacios estratégicos de los competidores globales, tanto en materia de bienes como de servicios. Uno de ellos, el Europa-NAFTA es decisivo a la hora de definir reglas de juego

del comercio y de las inversiones mundiales. Estados Unidos y la Europa de los 15, tienen un producto interno combinado de 13 trillones de dólares y representan el 70% del producto mundial.

Dos tendencias se observan en el diálogo entre grandes regiones económicas. La primera es al desplazamiento gradual de la agenda de negociaciones comerciales multilaterales, desde las restricciones arancelarias y no-arancelarias hacia el plano de los marcos regulatorios. Es decir el énfasis es puesto crecientemente más que en la puerta de acceso a los mercados (los aranceles son cada vez más bajos y las restricciones no arancelarias tienden a ser puntuales), en lo que ocurre de la puerta para adentro, o sea en la incidencia que regulaciones de mercados — formales e informales — tienen en las posibilidades reales de competir en el interior de un mercado nacional o regional.

La segunda es la importancia creciente de la diplomacia empresaria multilateral en el diálogo interregional en relación a los marcos regulatorios de los mercados. La practican las empresas que como competidores globales o regionales, tienen mayor incidencia en los flujos de comercio e inversión, y un mayor interés en la definición de marcos regulatorios nacionales, regional y globales, en sectores como las telecomunicaciones; la información; los audiovisuales, los servicios financieros, los transportes y la energía.

Esta diplomacia empresaria multilateral se expresa en foros interregionales en los que participan competidores globales representados al más alto nivel y también instituciones empresarias. Surgen casi siempre por impulso de los propios gobiernos, que a veces participan en ellos. Son instancias interregionales de sinergia público-privada. Complementan los foros propios de la diplomacia intergubernamental. Preparan el terreno de negociaciones formales, contribuyendo al consenso empresarial que luego permiten reflejar las decisiones oficiales en las realidades de los mercados. Muchas veces se nutren de ideas previamente exploradas y ablandadas en un tercer nivel de diplomacia multilateral, el de diplomacia académica, expresada en múltiples seminarios, conferencias — o grupos de personas eminentes — en los que participan expertos de prestigio internacional, empresarios y funcionarios gubernamentales, que a través de "papers" y debates, van desbrozando el camino que finalmente concluye en las negociaciones oficiales.

Dos ejemplos recientes son destacables al respecto. Uno es el del diálogo empresario transatlántico, que por mandato de los gobiernos de los EEUU y de la Unión Europea, explora ideas e intereses en torno a la idea del espacio económico transatlántico. La reunión que tuvo lugar en Sevilla en noviembre de 1995, permitió preparar una verdadera "hoja de ruta", para futuras negociaciones interregionales en materia de marcos regulatorios, incluyendo en especial, la cuestión de los estándares y normas técnicas que inciden en la competencia transatlántica en sectores como los antes mencionados. El otro es el del diálogo empresario Europa-Asia, que dará lugar a una importante reunión empresaria-gubernamental en París, en octubre próximo.

El eje interregional Euro-Mercosur no puede quedar ausente de esta tendencia a la diplomacia empresaria multilateral. Son 570 millones de consumidores y un producto de 8 trillones de dólares. Por el contrario, debe participar activamente. De allí la importancia de la idea lanzada en julio pasado por el Club Europa-Argentina, en ocasión de la visita del Presidente Menem a Bruselas, de crear un foro de inversores Euro-Mercosur, que en base a experiencias similares Euro-Americana y Euro-Asia, constituya una pieza del desarrollo del acuerdo marco Unión Europea-Mercosur. Es una iniciativa que permitirá asegurar la participación de empresarios y de instituciones empresarias, en la discusión de reglas de juego que incidirán en el flujo de inversiones y de comercio, en uno de los ejes interregionales naturales de mayor perspectiva en la economía global. Complementará así, iniciativas similares en el eje hemisférico, estructurado en torno al NAFTA y al Mercosur, que juntos representan más del 90% de la población, la producción, las inversiones y los mercados hemisféricos de bienes y de servicios.

6 - El comienzo del tercer milenio: ¿ una oportunidad argentina ?

Las tendencias actuales de la economía globalizada y de regionalismo organizado en un marco multilateral, abren una oportunidad para que en su inserción económica internacional, la Argentina pueda superar la marginalidad relativa que la ha caracterizado al menos en la segunda mitad del siglo que concluye.

En efecto, en cuatro planos la Argentina ha sido un país de alta marginalidad relativa en el sistema comercial mundial de las últimas décadas. Ellos son (i) el de la importancia en los flujos comerciales globales, (ii) el de su distancia económica con respecto a los mercados de mayor dinamismo y mayor poder de compra; (iii) el de su capacidad para ofrecer bienes y servicios diferenciados de alto valor agregado intelectual, y (vi) el de su incidencia en la definición de reglas de juego que condicionan el acceso a los principales mercados y el desarrollo de la competencia económica mundial.

En 1994 la participación de la Argentina en las exportaciones mundiales fué sólo el 0,5% del total; su participación en las importaciones mundiales representó sólo el 0,6% del total. Las importaciones de origen argentino representan un ínfimo porcentaje de lo que importan los Estados Unidos y la Unión Europea. La participación argentina en las importaciones del Sudeste Asiático es de sólo el 0,15% del total. El cuadro no cambia sustancialmente si se toman en cuenta las importaciones de esos países y regiones de origen Mercosur. En su mayor parte las exportaciones argentinas son commodities agrícolas e industriales: productos no diferenciados sin marca propia. Incluso en materia de alimentos es difícil encontrar hoy en los supermercados del Brasil — un mercado cercano y en el que el país tiene un acceso preferencial — productos con marca argentina, resultantes de una capacidad propia para incorporar conocimiento a la elaboración de recursos naturales.

La marginalidad relativa ha conformado una especie de círculo vicioso: cuanto más marginal era el país en la realidad de los mercados mundiales, más se acentuaba una cultura de introversión que a su vez alimentaba la marginalidad. Lejanía, desconocimiento del mundo y voluntarismo en políticas económicas y externas, formaron por mucho tiempo parte de la realidad argentina, al menos hasta que sus costos se tornaron insostenibles para una sociedad que percibió claramente ya no sólo el espectro de la irrelevancia externa, pero sobretodo el de su disolución interna. A su vez el comportamiento voluntarista y errático se tradujo en una crisis de credibilidad internacional, que pesa aún en la percepción que el mundo tiene de la Argentina cada vez que la inestabilidad vuelve a aparecer en el horizonte, aumentando el riesgo-país.

El mercado de los argentinos ha sido por muchos años prioritariamente el local, de tamaño relativamente pequeño. Subsidiariamente han sido los mercados mundiales, y aún así en la medida que no fuera más rentable

vender dentro de las fronteras nacionales. Incluso por años los inversores extranjeros vinieron fundamentalmente para aprovechar el mercado local. Las exportaciones de la Argentina no superan los 600 dólares per-capita. Las importaciones llegan apenas a 700 dólares per-capita. Corea un país con una población del orden de los 40 millones y un producto bruto de 400 mil millones de dólares, supera los 2000 dólares per-capita, tanto en exportaciones como en importaciones. El mercado de los coreanos es prioritariamente el de los consumidores de más alto nivel de ingreso del mundo, los de los países de la OECD. Una comparación similar puede hacerse con un país con ventajas comparativas similares a la Argentina, que es Australia.

Un efecto de la marginalidad relativa ha sido el desarrollo de una actitud cultural pasiva con respecto al resto del mundo, especialmente el más desarrollado. La actitud ha sido por mucho tiempo la de esperar que el mundo venga a nosotros (inmigrantes, capitales, ideas, compradores) más que nosotros ir al mundo, extrovirtiéndolo o derramando hacia otros países ventajas competitivas en materia de producción de bienes y de prestación de servicios. Por ello tampoco se ha valorado la noción de mejor conocer y mejor entender el resto del mundo, en particular, aquellas regiones o países de mayor importancia relativa para nuestra inserción internacional. No han existido, ni existen en el país "think tanks" especializados en los Estados Unidos, en Europa ni en Brasil, en Chile o en América del Sur. Menos aún en el Asia. La presencia de bancos nacionales en el exterior suele estar limitada al negocio financiero. Hay pocos corresponsales de diarios argentinos en el exterior.

Concentrados casi siempre en el corto plazo, los argentinos hemos tenido serias dificultades para encontrar tiempo y espacio para interrogarnos sobre lo que puede ofrecernos como oportunidades el mundo que nos rodea, ni sobre cuáles son las fuerzas de cambio que operan en nuestro entorno internacional, y que pueden desplazar a nuestro favor o en contra nuestra, ventajas competitivas. Incluso al proyectarnos al mundo hemos desarrollado por años más actitudes de cazadores de blancos fijos (periodo de sustitución de importaciones) que de cazadores de blancos móviles, atentos a hechos cargados de futuro — normalmente originados en innovaciones tecnológicas — que preanunciaban nuevos desplazamientos de ventajas competitivas.

El cuadro antes descripto suscitadamente — y por todos conocidos — está cambiando radicalmente. Las experiencias de los años ochenta

golpearon duramente en los argentinos. Crearon las condiciones para cambios estructurales y culturales muy profundos. El optimismo nos inclina a creer que son cambios duraderos.

La Argentina, como el mundo, se encuentran inmersos en una transición hacia nuevas realidades que dominarán probablemente las primeras décadas del tercer milenio.

En lo interno, existe consenso en la sociedad argentina al menos con respecto al plano de los objetivos estratégicos: la necesidad de consolidar la democracia, de superar la obsolescencia mental y tecnológica a través de una radical transformación productiva con mayor equidad social, y de una inserción competitiva en la economía global. Las diferencias están más en el plano de políticas e instrumentos — el cómo — que con respecto a los objetivos estratégicos. E incluso parece reconocerse crecientemente que los objetivos compartidos dejan un margen muy estrecho a la hora de definir políticas e instrumentos. Nadie serio piensa en la Argentina en métodos autoritarios para definir preferencias sociales, ni en el rechazo al progreso tecnológico, ni en cerrar la economía y la sociedad al mundo que nos rodea.

Con respecto al mundo, en su estimulante libro **“El futuro del capitalismo”** (THUROW, 1996, p.115), Lester Thurow se refiere con precisión a uno de los aspectos más profundos de esta transición, cuando caracteriza a la globalización, rasgo dominante de la economía mundial que avanza hacia el próximo milenio, en los siguientes términos: “por la primera vez en la historia humana, cualquier cosa puede hacerse en cualquier parte y venderse en todas partes. En las economías capitalistas eso significa fabricar cualquier componente y desarrollar cualquier actividad en el lugar del mundo donde pueda hacerse más barato, y vender los productos resultantes o los servicios donde los precios y los beneficios sean más altos. Minimizar costos y maximizar ingresos es lo que significa la maximización de beneficios, el corazón mismo del capitalismo. El apego sentimental a una parte geográfica del mundo no es parte del sistema capitalista”.

En esta perspectiva, la globalización resultante de la amplia caída de los costos y del incremento de la velocidad del transporte y de las comunicaciones, así como de la desregulación de los sistemas financieros, se ha transformado en un dato inevitable de la realidad económica y política de cualquier el país, incluyendo por cierto a la Argentina. No es un “producto” al que uno pueda optar si quiere. La opción real es o aprender a aprovechar

sus ventajas, o quedarse aislado con todos los costos sociales que ello implica.

Para un país como la Argentina esta realidad emergente, implica la posibilidad de superar en los próximos años el factor de la lejanía física, de la distancia económica y por momentos cultural con los principales mercados industrializados, una de las causas de su marginalidad relativa. Producir y competir desde la Argentina, integrándose en las grandes redes de producción y distribución mundial de bienes, aprovechando ventajas de recursos naturales y ecológicos, incluso recursos humanos y experiencia empresaria — escasa en otras regiones emergentes — será cada más atractivos para inversores y empresas.

¿ Cuáles son las oportunidades que la globalización de la economía mundial plantea para un país como la Argentina ?. ¿ Cómo aprovechar las ventajas del regionalismo y de la relación entre las grandes regiones económicas, para obtener los objetivos posibles de un país que optó por la sociedad abierta, con valores e instituciones democráticas, con modernización tecnológica y cohesión social, con vocación a insertarse competitivamente en el mundo ?. ¿ Cómo organizarse como sociedad para mejor aprovechar las oportunidades de la globalización, compitiendo y negociando en base a la calidad de lo que el país puede ofrecer ?.

Son estas algunas de las preguntas que las vísperas de la primera década del próximo milenio plantean hoy a la sociedad argentina. A favor de respuestas optimistas se visualiza la dotación de recursos naturales y humanos, la experiencia acumulada en años de industrialización, la pertenencia a una de las regiones que puede tener en los próximos años un mayor potencial de crecimiento económico y una mayor capacidad para atraer inversiones productivas. La reversión del ciclo de bajo valor de los recursos naturales (ROGERS, 1996, p.16), la superación de la dicotomía agro e industria determinada por el valor del conocimiento agregado que se necesita para exportar hoy cualquier tipo de bienes o de servicios, la calidad de los recursos humanos y sus muy diferentes orígenes culturales, brindan una oportunidad única a nuestro país para alcanzar niveles de competitividad global y regional próximos a algunos de los países más avanzados.

El verdadero desafío argentino en este fin de siglo, es desarrollar su espíritu industrial y comercial, especializándose en la incorporación creciente de valor agregado intelectual a la producción de ciertos bienes y a la prestación de ciertos servicios — aquellos en los que es razonable aspirar a

competir — aprovechando al máximo el activo productivo acumulado en años, los recursos naturales y humanos disponibles, y su pertinencia regional sudamericana, para integrarse a redes de producción y comercialización de alcance regional y global. Como ya lo están haciendo empresas del país, ello supone definir como campo estratégico empresario la región y el mundo, y cuando sea necesario, también invertir y operar en otros países.

La calidad de las respuestas a las preguntas antes planteadas y su consiguiente traducción al plano de la acción concreta, el lo que finalmente determinará la capacidad nacional para aprovechar o no, las oportunidades abiertas en el horizonte por el siglo XXI.

Bibliografía

- BERGSTEN, Fred (1996). Globalizing free trade. **Foreign Affairs**, New York : Council on Foreign Relations, v.75, n.3, May-June.
- ESTUDIO sobre el desarrollo económico de la República Argentina: segundo estudio: síntesis (1996). **Informe Okita II**, Buenos Aires : Ministerio de Economía de la Argentina; Centro de Desarrollo Internacional del Japón , jun.
- HAYES, Margaret Daly (1996). **Building the hemisphere community: lessons from the summit of the americas process**. Washington : Interamerican Dialogue.
- KRECKLER Luis (1996). **La globalización y nuevas formas de política exterior: la diplomacia empresarial**. : Buenos Aires.
- MELLER Patricio, ed.(1996). **El modelo exportador chileno**. Santiago de Chile : CIEPLAN.
- MELLER Patricio, SÁEZ, Raúl Eduardo (1995). **Auge exportador chileno: lecciones y desafíos futuros**. Santiago de Chile : CIEPLAN.
- PEÑA, Félix (1995). La credibilidad internacional de la Argentina. **Revista Criterio**, Buenos Aires : Editorial Criterio, v.68, n.2151, p.121-124,abr.
- PREEG Ernest (1996). **Rival or mutually reinforcing regulatory regimes in world trade**. Washington, June.
- ROGERS, Jim (1996). Recursos naturales: opción de fin de siglo para inversores". **El Cronista**, 21 ago., p. 16.

THUROW Lester (1996). **The future of capitalism**. New York : Morrow.
p.115.

TRANSNATIONAL Corporations and Competitiveness (1995). **World
Investment Report 1995**. New York; Geneva : United Nations;
UNCTAD. p.83.