

La Competitividad: un tema para las campañas electorales

La competitividad según el Foro Económico Mundial se refiere a las instituciones, políticas y otros factores que impulsan la productividad de un país. La competitividad busca no solo mayor crecimiento económico a largo plazo sino también impactar en un mayor progreso y desarrollo social. Es un concepto que permite aterrizar políticas públicas y acciones que impactan positivamente el acontecer nacional.

Toma especial relevancia la competitividad en los periodos preelectorales, donde quienes se postulan a candidatos para acceder a un puesto político ya sea presidenciales, diputados, alcaldes y representantes, presentan sus propuestas de trabajo con el objetivo de ganar adeptos e influir en la decisión de la población al momento de emitir su voto. Es un periodo interesante para la población, pues permite evaluar a conciencia los planes de cada uno, y la hoja de ruta para llevarlos a cabo.

Además, se torna en una oportunidad para que la población examine las propuestas, las analice y logre tomar la mejor decisión posible en el próximo periodo electoral que llega a su conclusión en mayo del próximo año.

El Índice Global de Competitividad (IGC 4.0 preparado por el Foro Económico Mundial) nos muestra ciertas evaluaciones que pueden ser consideradas (entre otras mediciones de organismos internacionales) para los planes electorales. Más allá de si perdimos o ganamos posiciones en la clasificación Internacional del IGC, lo importante es evaluar las oportunidades que tenemos como país de mejorar nuestra competitividad, y cuáles acciones de corto, mediano y largo plazo podemos implementar con dicho fin.

De años anteriores (sin hacer comparaciones detalladas ya que al cambiar la metodología es algo que no se puede hacer), se mantienen latentes dos importantes problemas: la percepción de un engranaje público corrupto y la baja calidad en la educación.

En la actual medición del

IGC 4.0 se evidencian dificultades principalmente en los pilares de habilidades e instituciones y aún con los cambios son repetitivas en el tiempo.

Entre los indicadores que nos muestran qué cosas debemos considerar para mejorar la competitividad están relacionados a la independencia judicial, transparencia presupuestaria, confianza en el suministro de agua, el desarrollo del pensamiento crítico en la enseñanza, la facilidad de encontrar empleados calificados, el pago y la productividad de los empleados, la determinación de los salarios y la capacidad de innovar, donde existe rezago en los indicadores de gasto de investigación y desarrollo, así como en el de calidad de instituciones de investigación.

Estos elementos a que hemos hecho referencia en párrafos anteriores se convierten en una guía que las propuestas electorales deben incluir, así como otros aspectos de salud y bienestar social.

Un plan desligado de estas evaluaciones internacionales, nos desvía de los caminos óptimos que el país debe recorrer, pues al final el ser competitivo es una decisión de Estado que permite mejores desempeños económicos y un mayor nivel de vida de la población.

Debemos como país, buscar ser una economía competitiva con fuertes instituciones, sólidas y transparentes, con políticas y mecanismos dinámicos que permitan adaptarnos a las fuerzas de los mercados, con amplia capacidad de innovación, sin dejar de lado la relevancia del capital humano para el crecimiento y desarrollo económico-social del país.

Es recomendable, que las campañas electorales incluyan los temas de competitividad, entre otros aspectos técnicos para apuntar a las áreas críticas donde Panamá debe y puede trabajar, de forma tal que sea más productiva y competitiva, e ir cerrando la brecha que nos separa de mejores condiciones de bienestar.