

---

# Más mercado y mejor estado para América Latina

[José María Figueres](#)

***El reto latinoamericano consiste en aprovechar su crecimiento para lograr en el futuro más mercado y un mejor Estado, aumentando así la cohesión social en la región.***

El punto de partida para un análisis sobre cohesión social en América Latina –tema central de la XVII Cumbre Iberoamericana de jefes de Estado y del Gobierno celebrada recientemente en Santiago de Chile– está constituido por tres realidades. Primera, el crecimiento económico que ha experimentado la región de forma continuada en los últimos años. Segunda, el que pese a ese auge sigue siendo el continente con mayor desigualdad. Y tercera, que gracias al nuevo y mayor margen que permite el crecimiento, hoy se empieza a cuestionar mucho más en serio cómo actuar para disminuir la miseria y la brecha entre ricos y pobres.

El crecimiento de estos últimos cinco o seis años se debe principalmente a la bonanza de la economía global y el crecimiento de China. Estos dos factores han significado un verdadero empuje para las economías latinoamericanas. Ambos también apuntan a que el mundo se desplaza de la vieja relación alrededor del Atlántico (Europa y Estados Unidos) hacia el nuevo auge en el área del Pacífico (China, India y sus vecinos).

Frente a esta realidad, el reto latinoamericano consiste en cómo aprovechar esta bonanza para lograr en el futuro: *mejor Estado y más mercado*. Con políticas e instituciones públicas más eficaces se puede cambiar el paradigma de desarrollo hacia uno sostenible, y esto pasa por generar una visión a medio y largo plazo (la cohesión social no se logra en menos tiempo) que permita alinear las decisiones a corto plazo. Además, requiere poner igual énfasis sobre lo económico, lo social y lo ambiental. Por otra parte, con buenos marcos reguladores, que permitan al empresariado desplegar todo su potencial, se puede reforzar la competitividad regional para que el día de mañana el continente siga creciendo no sólo por el empuje externo, sino también gracias al tirón interno. Se necesita una competitividad basada en la eficiencia, la incorporación de la tecnología y el valor añadido, en vez de fundamentada en salarios bajos o

en la depredación del medio ambiente.

Sobre los pilares de *mejor Estado* y *más mercado* es posible aumentar la cohesión social. Para facilitar y acelerar este proceso se pueden implementar algunos programas y proponer acciones concretas:

**Subir la carga impositiva en América Latina.** Con el auge económico de la región este es un buen momento para hacerlo. El analista económico español Guillermo de la Dehesa habla de la “Regla 20-40”. Se refiere a que con unos impuestos por debajo del 20% del PIB, una nación no se puede desarrollar y por encima del 40% el empresariado huye. La media de América Latina está por debajo del 20%. Finlandia y Suecia rondan el 40%, son países muy competitivos y al mismo tiempo tienen a Nokia e IKEA, dos empresas líderes a escala global en sus respectivos sectores.

**Constituir un fondo de cohesión social a la europea** con el apoyo de los bancos de desarrollo de la zona. España y Portugal son los mejores ejemplos de lo que éstos han sido capaces de conseguir. Hay que tener claro, sin embargo, que los fondos europeos son más bien de cohesión territorial o regional, puesto que la social se logra internamente en los países. Lo que sí permiten los fondos *a la europea* es que, al financiar obras como infraestructura, liberan recursos nacionales que pueden invertirse en programas sociales. Asimismo, cabe recordar que es necesaria una buena institucionalidad que los gestione con eficacia.

**Un programa para la innovación y el intercambio de tecnologías de la información y de la comunicación,** teniendo en cuenta la relación entre el PIB y la conectividad. Si se adoptan las medidas, por ejemplo, de Chile en relación a las compras del Estado en línea (sistema informático que permite unificar transacciones), o las de telemedicina en Brasil, o la de *e-educación* en Costa Rica y ahora en Colombia, los países latinoamericanos serán más eficientes y competitivos. La Secretaría General Iberoamericana y la Asociación Hispanoamericana de Centros de Investigación y Empresas de Telecomunicaciones lo tienen listo –requieren de un pequeño fondo de cooperación horizontal de aproximadamente 5 millones de dólares (unos tres millones y medio de euros)– para impulsar el programa hasta que logre *masa crítica*. Asimismo, en América Latina hay más de 3.000 millones de dólares en

---

fondos sin utilizar para invertir en este campo, que provienen de las privatizaciones en el sector de las comunicaciones.

**Copiar el programa europeo Erasmus de intercambio de universitarios** y combinarlo con el de becas para estudios de postgrado de la Fundación Carolina en España. En la región podemos aprender mucho los unos de los otros. Facilitar la movilidad de los estudiantes e impulsar un programa masivo de ayudas para postgrados en Europa y Estados Unidos, beneficiará a los estudiantes a la mitad de su carrera profesional y evitará así la *fuga de cerebros*. Diez mil becas por año para completar la formación en EE UU y otras tantas para estudiar en el Viejo Continente se podrían financiar con una reducción del 20% del presupuesto de las embajadas de esos países en América Latina. Repartidas por igual, son 40 becas por millón de habitantes y, por ejemplo, a Chile le tocarían 640 por año, a Brasil 7.000 y a Costa Rica 180. Todos estos cerebros oxigenarían las perspectivas y ayudarían al crecimiento.

**Prepararse para precios por encima de los cien dólares por barril de petróleo.** Con potencias energéticas como las que tiene el continente, no hay excusa para no diseñar a corto plazo un plan de energía regional. A medio y largo plazo, hay que hacer lo necesario para colocar a América Latina a la vanguardia de los cambios que se avecinan en el mundo energético. Brasil ya lo está con sus vehículos flexibles (que funciona de manera indistinta con bioetanol o gasolina). En los próximos 20 años, este sector cambiará tan dramáticamente como lo hizo el de las comunicaciones en las dos últimas décadas.

**Comprometerse a mitigar el cambio climático.** No hay cohesión intergeneracional más apremiante que esta. Se tiene que ir más allá de una reducción en las emisiones de carbono y convertir a América Latina en un área neutra con respecto a estas emisiones antes de 2050. La región tiene las características para alcanzar este objetivo, así como debe y puede transformarlo en una buena oportunidad empresarial. Ya lo hace Wal-Mart, la compañía minorista más grande del mundo, y Duke Energy, la tercera empresa productora de energía a escala global.

Aumentar la cohesión social en América Latina es posible. Como todo en la vida, requiere trabajo y perseverancia. Es una causa justa, noble y ética, en la que debemos empeñar nuestro

esfuerzo.

**Fecha de creación**

14 noviembre, 2007