


El Foro Económico Mundial y la productividad

Bases históricas de la competitividad

Fernando Francisco Mas

INCIHUSA, Conicet, CCT-Mendoza, Mendoza, Argentina

✉ fmas@mendoza-conicet.gov.ar

 Fecha de recepción: 09/01/2023 – Fecha de aceptación: 06/02/2023

Cómo citar este artículo: Mas, F. F. (2023). El foro económico mundial y la productividad. Bases históricas de la competitividad. *Revista Perspectivas de las Ciencias Económicas y Jurídicas*. Vol. 13, N° 2 (julio-diciembre). Santa Rosa: FCEyJ (UNLPam); EdUNLPam; pp. 201-212. ISSN 2250-4087, e-ISSN 2445-8566. <http://dx.doi.org/10.19137/perspectivas-2023-v13n2a11>

Resumen: Esta investigación, en primer lugar, pretende sacar a la luz el rol preponderante que tuvo el Foro Económico Mundial, a fines de los años 70, en la difusión global del concepto de “competitividad”. Al mismo tiempo, exhibir que desde un principio, para el Foro Económico Mundial, la premisa de “productividad” sienta las bases para dar lugar a un pensamiento reflexivo, *managerial* y económico, que se centra en el aventajamiento de los competidores. Es decir, con esto se busca pensar a las históricas ideas de productividad y “crecimiento empresarial”, de corte cuantitativas, como el punto de inicio de la competitividad. A raíz de esto, en segundo lugar, se explicará que, particularmente desde los años 80, el acento puesto en el crecimiento se vió complejizado desde el campo del *management* estratégico en términos de un “fortalecimiento competitivo”. El fortalecimiento propio de la competitividad incluirá dimensiones cualitativas y una visión integral estratégica para pensar ofensiva y defensivamente no solo gestión de las empresas, sino también y como consecuencia de esto, la economía de los países. Así, esta investigación problematiza sociológicamente la noción contemporánea de “competitividad” y lo hace tras poner de relieve los actores, los discursos y las reconfiguraciones centrales del concepto en su desenvolvimiento histórico.

Palabras claves: Foro Económico Mundial; productividad; *management*; competitividad.



Licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0)

The world economic forum and productivity. Historical bases of competitiveness

Abstract: This research, first, aims to bring to light the preponderant role that the World Economic Forum played in the late 1970s in the global dissemination of the concept of “competitiveness”. At the same time, it shows that from the beginning, for the World Economic Forum, the premise of “productivity” will lay the foundations for a reflexive, managerial and economic way of thinking, which will focus on the advantage of competitors. In other words, this seeks to think of the historical, quantitative ideas of productivity and “business growth” as the starting point of competitiveness. As a result, secondly, it will be explained that, particularly since the 1980s, the emphasis placed on growth will become more complex in the field of strategic management in terms of “competitive strengthening”. The strengthening of competitiveness itself will include qualitative dimensions and an integral strategic vision to think offensively and defensively not only about the management of enterprises, but also, therefore, about the economy of nations. Thus, this research sociologically problematizes the contemporary notion of “competitiveness” and does so by highlighting the actors, discourses, and central reconfigurations of the concept in its historical development.

Keywords: World Economic Forum; Productivity; Management; Competitiveness.

O Fórum Económico Mundial e a Produtividade. Fundamentos históricos da competitividade

Resumo: Esta investigação, em primeiro lugar, pretende trazer à luz o papel preponderante desempenhado pelo Fórum Económico Mundial, no final dos anos 70, na disseminação global do conceito de “competitividade”. Simultaneamente, mostra que, desde o início, para o Fórum Económico Mundial, a premissa da “produtividade” vai lançar as bases de um pensamento reflexivo, gestor e económico, que se centrará na vantagem dos concorrentes. Por outras palavras, trata-se de pensar as ideias históricas e quantitativas de produtividade e de “crescimento das empresas” como o ponto de partida da competitividade. Consequentemente, em segundo lugar, será explicado que, sobretudo a partir dos anos 80, a tónica colocada no crescimento se tornará mais complexa no domínio da gestão estratégica em termos de “reforço da competitividade”. O próprio reforço da competitividade incluirá dimensões qualitativas e uma visão estratégica integral para pensar ofensiva e defensivamente não só a gestão das empresas, mas também, consequentemente, a economia dos países. Assim, esta investigação problematiza sociologicamente a noção contemporânea de “competitividade” e fá-lo destacando os actores, os discursos e as reconfigurações centrais do conceito no seu desenvolvimento histórico.

Palavras-chave: Fórum Económico Mundial; Produtividade; Gestão; Competitividade; Competitividade.

1. Introducción

La noción de “competitividad” logró divulgarse globalmente desde los años 80, en virtud de su popularización en los principales textos académicos y de divulgación del saber de la administración de empresas *-management-*. El concepto

de competitividad funciona como un principio que condensa el modo ofensivo y defensivo en el que la actual vertiente estratégica del *management* piensa a los negocios.

Es decir, la competitividad expresa cómo el actual *management* estratégico y competitivo define sistemáticamente un ejercicio de planificación racional que incita a las empresas a obtener o mantener ventajas sobre sus competidores. De hecho, en la actualidad, la competitividad se usa para designar cualidades actuales o potenciales de aventajamiento estratégico, no solo de las empresas, sino también de países, organizaciones de cualquier tipo e, incluso, de los propios sujetos (Anca, 2012).

El concepto de competitividad –al interior del *management* estratégico– remite a dos ideas centrales de aventajamiento empresarial. En primer lugar, la competitividad recupera la noción *managerial* fordista de estimular el crecimiento y la participación de la empresa en el mercado. En segundo lugar, con el posfordismo, la competitividad reformula aquel mandato de crecimiento empresarial y lo complejiza en términos de “fortalecimiento” competitivo (Mas, 2022).

De esta manera, el actual principio de **fortalecimiento competitivo** y de planificación integral estratégica agrega un sinfín de tácticas empresariales reflexivas que permitan vencer al rival, pero que no desplazan a la idea/valor histórico del **crecimiento empresarial** y a sus objetivos asociados: la eficiencia y la productividad. Así, por ejemplo, una de las actuales estrategias a desplegar es que la empresa sea competitiva en precios. Esto es consecuencia de las premisas *manageriales* cuantitativas del fordismo de principios/mediados del siglo XX, relativas a crecer en niveles de producción y ventas para generar economías de escala que absorban mejor los costos.

Al mismo tiempo, el *management* estratégico posfordista exige, para el fortalecimiento competitivo, combinar el crecimiento de la producción con su adaptación a los intereses del mercado para mejorar cualitativamente los procesos de trabajo e incrementar la *performance* –el rendimiento–, lo que lleva, una vez más, a lograr la eficiencia y, por ende, a mejores niveles de productividad –objetivos históricos de la gestión empresarial–.

Ahora bien, el concepto de competitividad en sí mismo no fue insertado estrictamente por las teorías de la administración de empresas, aunque sus orígenes tuvieron necesariamente una impronta *managerial*. A continuación se analizará brevemente, en primer lugar, aquellos orígenes fuera (y dentro) del campo del *management*, en relación con el rol del Foro Económico Mundial en la divulgación de la noción de competitividad. Luego, se expondrá el lugar del concepto histórico de “productividad”, concepto que sentó las bases para formular el principio de competitividad en el siglo pasado. Finalmente, a partir de los desarrollos precedentes, se buscará comprender el sentido contemporáneo de la noción de competitividad que aquí se ha presentado.

2. El Foro Económico (managerial) Mundial

A fines de los años 70, el famoso gurú y consultor del *management* estratégico, el norteamericano Michael Porter, incorporó el vocablo “*competitiveness*” para medir, precisamente, la competitividad de las naciones –europeas–, desde el organismo que hoy se conoce como Foro Económico Mundial, *The World Economic Forum* –WEF–. En 1979, con la noción de “competitividad”, Porter comenzó a influir en el pensamiento del WEF, el que se veía asociado a la retórica del crecimiento productivo de las empresas. Es importante señalar que para esa época Porter aún no gozaba de fama mundial, cosa que sucederá al año siguiente –1980–, de la mano de la publicación de su libro de *management* intitulado *Estrategia Competitiva –Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors–*.

Como bien se sabe, el WEF, con sede en Ginebra, es conocido comúnmente por su asamblea anual en el monte Davos en Suiza –el Foro de Davos–, en el que se tratan diversos aspectos económicos, ecológicos, geopolíticos, etc., que atañen a la agenda del mundo contemporáneo. La tradición asambleísta de dicho organismo internacional nació en el año 1971, luego de que un experto alemán en *management* y economía, Klaus Schwab –hasta el día de hoy presidente del WEF–, convocase inicialmente a un grupo de ejecutivos de negocios a fin de tratar la preocupación respecto de cómo y porqué las empresas estadounidenses comenzaban a acercarse y a aventajar a las europeas en términos de **productividad**. Comenta Walter Kiechel III (2010): “El Foro Económico Mundial, también conocido como Davos, data de 1971 (...) [y] su propósito original era difundir las últimas ideas empresariales estadounidenses a las empresas de Europa, que no las conocían” (p. 35).⁽¹⁾

Así, en un principio, el encuentro del Foro de Davos estuvo destinado a importantes hombres y mujeres de negocios, pero pronto cobró una dimensión pública más amplia, invitando a participar de aquellas reuniones a representantes políticos europeos desde el año 1974, con el objetivo de construir una agenda que implicase mejorar la *performance* empresarial y de los países/naciones europeas participantes.

En 1979, con aquella colaboración de Porter, el WEF comenzará a publicar anualmente el reporte del Índice de Competitividad Global [*Global Competitiveness Index* –GCI–] supervisado por Schwab y por el propio Michael Porter, dado a conocer desde entonces en las reuniones anuales del monte Davos. Para esa época (1979), el encuentro de Davos se denominaba Foro Europeo de *Management* y recién en 1987 asumirá el nombre por el que actualmente lo conocemos, Foro Económico Mundial o WEF (Davies, 2014, p. 108).

Resulta relevante destacar los cambios en el nombre del Foro porque de esta forma se puede visualizar cómo en las décadas del 70 y 80 –aún con la

(1) La traducción del inglés nos pertenece.

participación de referentes de la gestión pública- el énfasis manifiesto estaba puesto en la gestión empresarial o *managerial*. Esto no se discontinuó, pero con la expresión Foro “Económico” Mundial se consiguió explicitar la introducción de *variables manageriales* para pensar y juzgar el **desarrollo económico y productivo** de un país.

Comenta el sociólogo británico William Davies (2014), en relación con el reporte del Índice de Competitividad Global [*Global Competitiveness Index -GCI-*] del WEF y con informes similares de otros organismos que en la actualidad miden la competitividad de una nación o país:

Estos informes miden, comparan y clasifican a las naciones de todo el mundo, de acuerdo con una variedad de rasgos económicos, sociales, culturales y políticos que sustentan el **crecimiento de la productividad empresarial**, algunos de los cuales parecen desafiar la cuantificación (como los valores empresariales de una sociedad). Los autores del reporte, junto con una red de **think tanks** y de consultorías asociadas, luego venden e informan a los responsables políticos de cada país sobre cómo pueden abrir un camino nacional distintivo hacia una mayor competitividad. El término “**competitividad**” a menudo se entiende como **sinónimo** del término económico “**productividad**”, o más ampliamente como la capacidad de una nación para generar riqueza. (p. 108)⁽²⁾

En el siguiente apartado se presentará el lugar del concepto de productividad para el desarrollo de la noción de competitividad según el propio WEF y las colaboraciones del norteamericano Michael Porter.

3. La productividad, Porter y la competitividad de las Naciones

El WEF, en el año 2016, publicaba en su sitio web “weforum.org” lo siguiente:

¿Qué es la competitividad? En realidad existe una gran cantidad de definiciones. El Foro Económico Mundial que ha medido la competitividad entre países desde 1979 la define como “el conjunto de instituciones, políticas y factores que determinan el nivel de productividad de un país”. Otras son diferentes sutilmente pero en general tienen la palabra “productividad. (WEF, 2016)⁽³⁾

Como es bien sabido, en economía, es posible afirmar -de un modo esquemático- que la productividad de una nación depende del Producto Bruto Interno -PBI- per cápita. Así, cuanto mayor es este, mayor es la productividad y el crecimiento económico de un país. Otra forma de calcular la productividad de un país es en función al factor trabajo. Es decir, medir la relación entre su PBI y el total de horas trabajadas para un período de tiempo determinado. No obstante, esto podría hacerse con los otros factores de la producción (tierra o capital) con el objetivo de medir la eficiencia de producción por cada factor utilizado (Bongers y Torres, 2020). Es decir, medir el máximo aprovechamiento de los recursos para producir determinada cantidad, lo que indica que a mayor productividad, mayor eficiencia.

(2) La traducción del inglés al español y el resaltado nos pertenecen.

(3) Disponible en: weforum.org/es/agenda/2016/10/que-es-la-competitividad/

En aquella definición del año 2016, el WEF argumentaba que los países con mayor PBI per cápita –es decir, los más productivos– se encontraban en mejores condiciones para crecer. El objetivo principal, como el de todo discurso económico, era el del bienestar de la sociedad en general y este era solo posible si se produce crecimiento (“sustentable”). De esta manera, podemos decir que el WEF presentaba una secuencia circular que se retroalimenta: productividad, crecimiento, bienestar/bienestar, crecimiento, productividad; en palabras del propio WEF (2016): “una economía competitiva, creemos, es una economía productiva. Y la productividad conduce al crecimiento, que permite niveles de ingresos más altos, y es de esperar, a riesgo de sonar simplista, a un mayor bienestar” (párr. 2).

Visto desde el punto del *management* clásico, como ya se hizo mención, el crecimiento de las empresas –en términos de volumen de producción y ventas– genera productividad y, por lo tanto, eficiencia. El WEF también se inspiró en esta premisa para formular muchos de sus indicadores “económicos”, indicadores que hacen pie en el crecimiento, la productividad y la eficiencia empresarial. Al mismo tiempo, desde una visión más de corte cualitativa, como se señaló con la cita de Davies (2014) en el apartado anterior, el WEF incluye otra serie de variables para tener en cuenta en la medición de la competitividad nacional, con una impronta *managerial* estratégica contemporánea. Estas variables complejizan la atención puesta en el mero crecimiento empresarial cuantitativo y apuntan al “fortalecimiento” competitivo de y para las empresas y, como correlato de esto, de un país (Mas, 2020; 2022). De esta manera, en el sitio web del WEF encontramos indicadores tales como “capacidad de innovación tecnológica” o “desarrollo del capital humano”.

Así, desde fines de la década del 70, la competitividad de un país se centró en la optimización de la productividad empresarial bajo la misión de crecimiento y luego, con mayor énfasis en los 80, en la de fortalecimiento *managerial* estratégico de las unidades empresa (y de otros organismos, como los de la misma gestión pública) para dar cuenta de la economía nacional en su conjunto. Para Michael Porter, 1985) el desarrollo competitivo de un país implicaba que sus empresas, particularmente, se fortaleciesen a través de una serie de actuaciones estratégicas *manageriales*, descritas en sus trabajos de teoría organizacional en los años 80, para mejorar la productividad de manera **sostenida**; unas actuaciones que iban más allá del mero crecimiento empresarial que, como se ha dicho, es comúnmente entendido desde una perspectiva cuantitativa, como la eficiencia que otorgan las economías de escala.

La importancia de pensar de un modo cualitativo a la productividad empresarial para mejorar la competitividad de un país es algo que Porter dejó en claro con su artículo “La Ventaja Competitiva de las Naciones” (1990), publicado en la revista *Harvard Business Review*:

El nivel de vida de una nación depende de **la capacidad de sus empresas para lograr altos niveles de productividad** y para aumentar esta a lo largo del tiempo. El **crecimiento** continuo de la productividad requiere que la economía se mejore a sí misma

continuamente. **Las empresas de una nación deben mejorar sin descanso la productividad** de los sectores existentes *elevando la calidad* de los productos, añadiéndoles *cualidades deseables*, mejorando la tecnología de los productos o aumentando la eficacia de producción. (2017 [1998 (1990)], p. 168)⁽⁴⁾

Este artículo fue fundamental para que los organismos internacionales instalaran definitivamente el concepto de competitividad –y de ventaja competitiva– entre los principales objetivos de medición del crecimiento de un país, desde la década del 90. De hecho, más allá de que el WEF afirme medir la competitividad de las naciones desde el año 1979, los conceptos porterianos en cuanto tales impactaron en el modo de evaluar la competitividad de los países, en los actuales términos y de un modo significativo, desde fines de los años 80 y principios de los 90, convirtiéndose en una verdadera moda. Estos no fueron adoptados simplemente por la auditoría de grandes organismos internacionales como el WEF, sino que también se impulsó la constitución de un sinfín de servicios empresariales de consultoría al respecto para ser vendidos a la gestión pública (Kantola y Seeck, 2011).

Esto también fue correlato de los trabajos de Porter en el campo del *management* estratégico empresarial, con el libro *Estrategia competitiva* (1980) y, particularmente, con *Ventaja Competitiva* (1985), donde el autor logró realizar un análisis discrecional y cualitativo de las actividades que generan valor a fin de detectar estrategias empresariales que buscasen distinguirse de la competencia en términos de calidad, avances tecnológicos, formación en “capital humano”, posicionamiento de marca, etc.

Este pensamiento aplicable a la gestión de una empresa fue y es, para Porter y Schwab, totalmente trasladable a la economía de un país, ya que la competitividad de las empresas impacta en la competitividad de una nación, la productividad empresarial define a la productividad nacional. Así, por ejemplo, en 2008, Michael Porter junto a Klaus Schwab, editaron nuevamente para el WEF el informe “The Global Competitiveness Report 2008–2009”, donde destacaron una serie de **índices manageriales** como factor de éxito de los negocios y de productividad de las industrias más sofisticadas en el panorama actual, político y económico de diferentes países. Y aquí, una vez más, el *leitmotiv* discursivo –asociado a la productividad– fue el crecimiento, pero ya complejizado en fortalecimiento estratégico para obtener ventajas competitivas. Por ejemplo, esto es lo que decían los autores sobre Singapur:

Singapur, en el 5º puesto, es el país asiático mejor clasificado por la solidez de su entorno institucional, subiendo dos puestos desde el año pasado como resultado de un **fortalecimiento en todos los aspectos del marco institucional**. Singapur también se sitúa entre los dos primeros países por la eficiencia de todos sus mercados -de bienes, laboral y financiero-, garantizando la correcta asignación de estos factores para su mejor uso.

(4) El resaltado nos pertenecen. Esta cita corresponde al capítulo seis “La ventaja competitiva de las naciones” del libro en español del año 1998 que fue intitulado *Ser competitivo* (Porter, 2017 [1998]). Sin embargo, corresponde a la traducción del artículo publicado en inglés en 1990 en la *Harvard Business Review*, “*The Competitive Advantage of Nations*”.

Singapur también cuenta con infraestructuras de primera clase, a la cabeza del mundo por la calidad de sus instalaciones portuarias y de transporte aéreo. (Porter y Schwab, 2008, p. 11)

En el anterior apartado, en algunos casos, se hizo referencia al crecimiento de una empresa (estrategia *managerial*, gestión de la empresa) y, en otros, al crecimiento de un país (economía). En este segundo caso, puede parecer bastante obvio tratar la máxima de crecimiento o progreso económico, ya que es algo que está instalado en los discursos y en las matrices de pensamiento de los programas políticos de los países occidentales desde hace mucho tiempo atrás, con los postulados de la economía clásica.

No obstante, la vinculación que se quiere establecer es que, si bien el crecimiento y la productividad de un país dependen de una multiplicidad de factores, en la actualidad, y desde las últimas décadas del siglo pasado, se les otorga a las empresas un rol protagonista. Protagonismo en calidad de motor impulsor y como modelo cualitativo a seguir. Crecen y se fortalecen las empresas; crece y se fortalece un país. Y, al mismo tiempo, ¿cómo fortalecer un país? Ajustándose a los mismos esquemas estratégicos, competitivos y *manageriales* que sigue una empresa, tal como sugieren los procesos de modernización de la “Nueva Gestión Pública” –*New Public Management*– (Clarke y Newman, 1997; Fougner, 2006).

Entonces, lo que quería decir Porter, a un nivel nacional, es que no solo hay que crecer, sino que hay que crecer cualitativamente: avanzar con fuerza y de manera permanente; esto es, elevar la calidad, añadir cualidades, mejorar la tecnología, diferenciarse, entre otros factores que también se explicitan en el Índice de Competitividad Global. Solo de esta manera se puede obtener la ventaja competitiva de un país como fuente de la competitividad nacional. Michael Porter (2017 [1998 (1990)]) comentó:

La prosperidad nacional se crea, no se hereda. No surge de los dones naturales de un país, de su mano de obra, de sus tipos de interés o del valor de su moneda, como afirma con insistencia la economía clásica. La competitividad de una nación depende de la capacidad de su industria para innovar y mejorar. Las empresas logran ventajas frente a los mejores competidores del mundo a causa de las presiones y los retos. Se benefician de tener fuertes rivales nacionales, proveedores dinámicos radicados en el país y clientes nacionales exigentes. (p. 165)

4. Capacidad para aventajar: igualdad, desigualdad y rankings

En la actualidad, la noción de competitividad se utiliza regularmente en la jerga de las operaciones de negocios, del *management* y, también, de la economía –que, como se ha comentado, se ha visto permeada por estas otras esferas-. Asimismo, el concepto relativo a competitividad o, mejor dicho, a la “capacidad para competir” y a la “fortaleza” para “aventajar”, se podría pensar en un sentido amplio (Mas, 2020). Es decir, se podría reflexionar sobre la capacidad para disputar un partido de fútbol, una vacante docente en la universidad, etc. No obstante, en este artículo compete pensar esta misma definición, y darle sentido, a raíz de explicar su desenvolvimiento histórico, desde un punto de vista

sociológico, en el campo del *management* estratégico, así como su desborde e implicancias en el campo económico (en la economía de un país), en virtud del rol preponderante que desplegó un organismo internacional como lo fue/es el Foro Económico Mundial y las colaboraciones de Michael Porter.

De esta manera, es importante señalar que la capacidad para competir requiere de cierta igualdad en la “fuerza” estratégica de los competidores (países y sus empresas) previo al inicio de la partida, que es aquello que le otorga la licencia, el permiso, para competir en pie de “igualdad”. Sin embargo, hay que reconocer que, si bien con la competitividad la equidad no es algo que desaparece, esta se ve subordinada a la desigualdad. La inequidad ocupa un lugar de importancia significativa en la cultura de nuestros tiempos **a raíz de la necesidad de obtener una ventaja** en el rendimiento individual.

William Davies (2014) comenta: “argumentar a favor de la competencia y de la competitividad es necesariamente argumentar a favor de la desigualdad” (p. 37). La “igualdad” es una sanción normativa para dar lugar a una sociedad que celebra y alienta el espíritu competitivo en el deporte, los negocios, la política o la educación, dado que la desigualdad en los resultados está legitimada pública y entusiastamente. Así, la lógica de la competencia, al principio, necesita dejar estático algo para hacer fluir, en su devenir, la “incertidumbre” de los resultados desiguales.

Lo estático, *a priori*, bien podría tratarse de un “lenguaje común” constitutivo del concepto de “competitividad”, lenguaje proveniente de prácticas y saberes *manageriales* que, como se ha explicado, rondan en torno de la productividad y el fortalecimiento estratégico, guiando y evaluando en la actualidad a las comunidades, a las instituciones y a las empresas de los países/competidores. *A posteriori*, los indicadores (y subindicadores) asociados a la nomenclatura propia de la competitividad es la que resuelve la victoria de algunos por sobre otros. En esta dirección, el WEF elabora el *ranking* de competitividad de las naciones y el ya mencionado reporte del Índice de Competitividad Global. La competitividad equipara y, al mismo tiempo, jerarquiza.

En el caso actual de Argentina

... los rankings mundiales muestran que la competitividad argentina es baja, tanto a nivel mundial como regional. Nuestro país se ubica en el puesto 83 de 141 países en el último Ranking de Competitividad Global del Foro Económico Mundial que data de 2019, y en el puesto 62 de 63 países en el Ranking Mundial de Competitividad 2022 del Institute for Management Development (IMD). (CEM, 2022, párr. 3)

Ahora bien, estos informes son dinámicos y no han mostrado los mismos resultados a lo largo de la historia reciente. Así, por ejemplo, en el año 2007 Argentina ocupó una de las mejores posiciones de los últimos años, ubicándose en el puesto número 70 del *ranking*, aunque para esa época obtuvo un índice similar que en el año 2018. Así, en ese año (2018) midió 57,49 puntos y, en 2007, 57,42 puntos. La calificación de la competitividad de un país depende, a su vez, de la competitividad de los demás. Este tipo de indicadores tiene efectos de divulga-

ción que impactan en el “ánimo” de los mercados, la reputación internacional, etc. Una nota del diario argentino *La Nación* (2018) explicaba cómo se había calculado el índice para la Argentina del 2018, donde se pueden observar, en términos generales, algunas dimensiones cualitativas mencionadas en los anteriores apartados:

El informe da cuenta de los principales aspectos positivos y negativos de la Argentina para fijar su posición en el ranking. Entre los primeros se mencionan el tamaño del mercado en el puesto 34°, **las habilidades** en el 51° y **la capacidad de innovación** en el 54°. Los negativos están encabezados por la estabilidad macroeconómica en el puesto 136° entre 140 países, el mercado de productos en el 120° y el mercado laboral en el 116°. Por su parte, el sistema financiero cae al puesto 97° y el dinamismo empresarial al 84° (“Argentina, menos competitiva”, 02/11/2008, párr. 3)⁽⁵⁾

Dicho esto, a los fines de explicitar y exhibir el modo en que hoy opera el principio de competitividad nacional, se avanzará en las reflexiones finales.

5. Conclusiones

El uso de la noción de “competitividad”, como tal, es algo relativamente nuevo. El vocablo en inglés “*competitiveness*”, prontamente traducido a otros idiomas, fue instalado en la cotidianeidad coloquial, científica y periodística desde los discursos *manageriales* o, mejor dicho, “económicos *manageriales*” de fines de los años 70 y principio de los años 80 del siglo pasado. Así, la competitividad, desde un principio, no se redujo solamente a la esfera del *management*, sino también que se conectó con la economía.

Con esto queremos decir que la competitividad tuvo lugar en virtud de los desarrollos teóricos de la estrategia empresarial, pero también fue útil para medir la productividad **económica** de una nación. Lo primero remite particularmente a los aportes del gurú del *management* Michael Porter para el análisis de la competencia entre las empresas de una industria, con sus libros de estrategia en la década del 80. Mientras que lo segundo hace especial referencia a la medición que, desde el año 1979, realiza el *World Economic Forum* -WEF- respecto de los niveles de productividad de un país. En la actividad inicial del WEF, también un joven y aún no tan conocido Michael Porter participó en la definición del tipo de indicadores económicos para evaluar a una nación, que él mismo reelaboró según una visión *managerial*.

En primer lugar, entonces, nos encontramos con que la mejoría en la productividad y su explicación dependen más de asumir un enfoque cualitativo y no necesariamente contable y cuantitativo. Por ejemplo, que el crecimiento cuantitativo de la producción no solo deviene eficiente por las economías de escala propias del fordismo sino, precisamente, por el fortalecimiento integral que sugiere el *management* estratégico (innovación, desarrollo de *skills*, etc.), cosa que logró

(5) El resaltado nos pertenecen.

colarse en los indicadores económicos divulgados desde organismos como el Foro Económico Mundial.

Aquí se ha querido advertir que estos métodos y fundamentos ordenadores de la práctica/saber *managerial* como lo son la productividad y la eficiencia no se ven suplantados ni despreciados por el *management* estratégico y la noción de competitividad. Todo lo contrario. Estos son recuperados, complejizados y puestos a funcionar en conjunto para el mejoramiento de la toma de decisiones competitivas en la estrategia de las empresas, para mejorar su productividad y de los países en los que actúan.

De este modo, a partir de lo aquí expuesto, cabe sostener que en la actualidad ya no son tanto el principio original de productividad y el mandato de crecimiento los ejes discursivos centrales en el ordenamiento racional y reflexivo del *management* y la economía, sino, más bien, la competitividad, en su sentido más acabado, con la pauta de fortalecimiento estratégico, el postulado universal de las esferas *manageriales* y económicas de nuestros días -ejes discursivos que clasifican y jerarquizan la actual competencia entre empresas y países-.

6. Referencias bibliográficas

- "Argentina, menos competitiva". (2 de noviembre de 2008). *La Nación*. lanacion.com.ar/opinion/la-argentina-menos-competitiva-nid2187718/?variant=A&outputType=amp
- Anca, H. D. (2012). Litterature review of the evolution of competitiveness. *Annals of Faculty of Economics*, 1(1), 41-46.
- Bongers, A. y Torres, J. L. (2020). Factores determinantes del crecimiento económico: una comparativa a nivel mundial. *Papeles de Economía Española*, (164), pp. 15-40.
- Clarke, J. y Newman, J. (1997). *The Managerial State*. Sage Publications.
- Davies, W. (2014). *The Limits of Neoliberalism. Authority, Sovereignty and the Logic of Competition*. SAGE Publications Ltd.
- Fougner, T. (2006). The state, international competitiveness and neoliberal globalisation: is there a future beyond "the competition state"? *Review of International Studies*, 32, pp. 165-185.
- Kantola, A. y Seeck, H. (2011). Dissemination of management into politics: Michael Porter and the political uses of management consulting. *Management Learning*, 42(1), pp. 25-47.
- Kiechel III, W. (2010). *The Lords of Strategy: the secret of intelectually history of the new corporate world*. Harvard Business.
- Mas, F. F. (2020). La competitividad como valor social. La gestión pública de turismo en la Argentina del siglo XXI. En D. Navarro-Drazich, *Planificación turística I: Formulación. Reflexiones desde el oeste argentino* (pp. 57-73). Universidad del Aconcagua.
- (2022). El principio reflexivo de la razón de empresa contemporánea: la competitividad. *Economía y Sociedad*, 27(62), pp. 1-17.

Porter, M. (1985). *Competitive advantage: creating and sustaining superior performance*. Free Press.

-----, (1990). The competitive advantage of nations. *Harvard Business Review*, 68(2), pp. 71-91.

-----, (1998 [1980]). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. Free Press.

-----, (2017 [1998]). *Ser competitivo: Edición actualizada y aumentada. Título original en inglés: On competition*. Grupo Planeta.

Porter, M. y Schwab, K. (2008). *The Global Competitiveness Report 2008-2009*. World Economic Forum - SRO-Kundig.

World Economic Forum [WEF]. (2016). *¿Qué es la competitividad?* weforum.org/es/agenda/2016/10/que-es-la-competitividad/