



EDUCACION PARA LA COMPETITIVIDAD *

ENRIQUE CORNEJO RAMÍREZ

El desarrollo de las exportaciones es fundamental en el crecimiento económico, y para exportar hay que ser competitivo. Pero no sólo las empresas y productos de exportación deben ser competitivos. El país en su conjunto debe buscar la competitividad que implica eficiencia y calidad total. Por qué educar para ello? Nuestro propósito no es el que todos los peruanos seamos exportadores. Lo que sucede es que la actividad exportadora tiene características y exigencias que bien vale la pena conocer y aplicar en la economía en general, y, en la vida cotidiana del país.

Por muchos años las teorías del desarrollo plantearon la aparente dicotomía entre el denominado modelo de "crecimiento hacia adentro" y la adopción de un modelo "hacia afuera", éste último sustentado en el sector exportador. La experiencia demuestra, que varios de los países considerados exitosos en la exportación tuvieron cuidado de fortalecer su mercado interno en las fases iniciales de aplicación del modelo.

Desde nuestro punto de vista, esta distinción entre desarrollo "hacia adentro" o "hacia afuera" hoy no es aplicable. Debemos buscar un desarrollo integral, con un mercado interno sólido, pero cuyo financiamiento en divisas debe provenir de un sector exportador en aquellas áreas y productos y/o servicios que tengan ventajas comparativas en el mercado internacional. Un país como el Perú, en el marco de una economía mundial cada vez más interdependiente y competitiva no puede pretender alcanzar un desarrollo autárquico en base a esfuerzos aislados; en el otro extremo, tampoco podemos plantear para el país, un modelo basado sólo en la exportación por disponer de recursos

naturales o de mano de obra relativamente barata. Y este modelo integral que sugerimos supone mayores desafíos a la vez que serias restricciones lo que, sin duda, pondrá a prueba nuestra capacidad, esfuerzo e imaginación.

Y aquí precisamente está el punto en el que queremos enfatizar. La distinción ya obsoleta a la que nos hemos referido nos hizo pensar que podían coexistir un sector productivo dedicado básicamente al mercado interno – protegido e ineficiente– y un sector exportador eficiente y competitivo. La realidad demuestra que tal coexistencia no es posible. Hemos sostenido insistentemente en los últimos años que no se puede pretender tener un sector exportador exitoso si en la producción para el mercado interno no hay eficiencia ni se estimula la calidad.

Por ello, EDUCAR PARA LA COMPETITIVIDAD significa, para nosotros, formar peruanos convencidos que nuestro desarrollo requiere fomentar la calidad; eficiencia; productividad; seriedad en los compromisos, cumplimiento de la palabra empeñada; puntualidad; competitividad; en suma, significa fomentar lo que denominamos una Cultura para la producción. Cuando logremos que empresarios, trabajadores, políticos, académicos, periodistas, amas de casa, estudiantes; y, en general, todos los peruanos, apliquemos estos conceptos en nuestra vida diaria habremos dado un paso importante en el camino al desarrollo. Y la educación cumple un papel clave al respecto.

El análisis breve de algunos casos concretos nos puede ayudar a visualizar

la importancia del tema que proponemos. Así hemos escuchado y leído frecuentemente que la explicación del impresionante desarrollo alcanzado por el Japón estaría en un llamado milagro. Pero, ¿fue realmente un milagro o el resultado de un trabajo exitoso? F. Gibney prefiere referirse a un "milagro programado". Los japoneses consideran que tan importante como invertir en una fábrica es invertir a largo plazo en el factor humano, lo que implica educarlo. Desde otra perspectiva también se ha hablado del "milagro alemán". Pero nuevamente en este caso tampoco se trata de un milagro. Su éxito se ha basado en cinco factores: disposición a rendir, buena educación, economía social de mercado, creatividad y disposición al riesgo, y, seguridad social. Las experiencias de otros países considerados exitosos en la exportación como Corea, Taiwán, Tailandia e Indonesia también muestran una gran inversión en educación. Hay entonces, de acuerdo a la evidencia empírica, una muy alta correlación entre Educación, Competitividad y Desarrollo Económico y Social.

Entonces lo que pretendemos es que todas estas características y exigencias de competitividad –que son absolutamente indispensables para la actividad exportadora– se conozcan y se pongan progresivamente en práctica en la actividad económica dedicada al mercado interno y en la actividad cotidiana de todo peruano. Lograrlo tomara tiempo pero es necesario. Supone una reforma de programas educativos y éste es, sólo uno de los aspectos que deben contemplarse en

esa reforma. Supone esencialmente, modificar nuestros hábitos productivos e incluso nuestros hábitos de vida. Supone trabajar en todos los niveles educativos pero principalmente con las generaciones jóvenes para que en el siglo XXI nuestro país alcance definitivamente el desarrollo que se merece.

Nuestro objetivo es, por lo tanto, reflexionar y llamar la atención sobre la necesidad de fomentar una mentalidad competitiva en el país. Para ello se requiere que los peruanos tengamos confianza en nuestras capacidades, en la producción nacional, pero también se necesita que tengamos un adecuado conocimiento acerca de lo que producimos, los recursos que disponemos, así como sobre nuestras posibilidades tecnológicas; y, principalmente que tengamos claramente establecidas las exigencias que plantea el producir con eficiencia y calidad para el mercado doméstico y para la exportación.

Sostenemos que no se necesita ser empresario exportador o especialista en comercio exterior para tener una mentalidad competitiva. Todos debemos tenerla como parte de esta Cultura para la Producción que hemos definido, porque la exportación debe constituirse en un esfuerzo nacional de primera prioridad y de soporte para el desarrollo integral, y, porque los mismos requisitos que plantea el participar con éxito en el comercio internacional deben aplicarse a la producción para el mercado interno.

Pero, ¿Cuál es la formación básica que al respecto tiene el ciudadano peruano? ¿En qué etapa de esa formación el estudiante aprende la importan-

cia de conceptos como calidad, eficiencia o competitividad? ¿Qué se enseña a nuestros jóvenes en los colegios en lo referente a la actividad productiva en general y al comercio exterior en particular? ¿Concluye el alumno su educación secundaria con un adecuado conocimiento de lo que ya exportamos o de nuestro potencial? ¿Ayudamos al joven estudiante a encontrar en nuestra historia pre-hispánica los elementos que necesita para desarrollar una disciplina social y productiva? ¿Qué le enseñamos de otras experiencias en el mundo? ¿Formamos inculcando la seriedad en el actuar, el cumplimiento de lo pactado, la importancia de la palabra empeñada, o la solidaridad con los demás? ¿Enseñamos a trabajar en equipo? ¿Inculcamos la permanente capacitación e innovación tecnológica? ¿Premiamos el éxito y el incremento de la productividad? ¿Qué ocurre posteriormente con los cursos de especialización en comercio exterior, y, en exportaciones en particular? ¿Cómo está diseñada la correspondiente Curricula en las Universidades? ¿Cómo lo está en Institutos de Formación Técnica u otros similares? ¿Los profesores están positivamente motivados hacia el cambio en los programas o en las actitudes? ¿Cuál es el papel que, en general, le da la opinión pública a la necesidad de producir con calidad, eficiencia y competitividad? ¿Qué papel le da la opinión pública al comercio exterior y a las exportaciones en el desarrollo del país?

En este artículo no pretendemos dar respuesta a todas éstas interrogantes. Pero conviene adelantar al

lector que lo que hemos encontrado es desalentador y requiere acciones urgentes para corregir tal situación. No hay una educación para el trabajo y la competitividad. En particular el tratamiento del tema de las exportaciones es dramáticamente deficiente. Durante toda su educación primaria y secundaria el alumno sólo tiene la oportunidad de conocer algo acerca del comercio internacional en el curso de Economía Política que se lleva en Quinto de Secundaria y no se estimula para nada en él la necesidad de trabajar con calidad, eficiencia, productividad, seriedad y competitividad, entre otros aspectos sustantivos.

Sin duda, nuestra crítica va más allá y supone el replanteamiento no sólo de este curso terminal sino de toda la educación básica, todavía caracterizada por el recurso memorístico y la falta de conexión de los temas que se estudian con la realidad nacional. Pero, en todo caso, nuestro análisis en profundidad del curso de Economía Política y las encuestas que hemos desarrollado entre escolares y universitarios proporcionan una buena apreciación de un problema mucho mayor que sin duda alcanza a los demás cursos de la Currícula de Estudios y evidencia lo alejada que está nuestra educación de los objetivos del desarrollo económico y social.

En efecto, entre los diferentes temas que se analizan en el mencionado Curso, y de acuerdo al Programa que aprueba el Ministerio de Educación, al comercio exterior se le asigna sólo un capítulo. *(Durante más de diez años de estudios, el alumno sólo tiene entre*

cinco y diez páginas de texto dedicadas a un asunto tan importante! Pero la extensión no es lo más preocupante sino el pobre contenido de los textos. Finalmente, si el problema sólo se limitara a lo primero bastaría con proponer una mayor cobertura de los diferentes aspectos de la problemática del comercio exterior. Sin embargo, el problema más grave está relacionado a los contenidos. Como podrá apreciarse más adelante, no sólo se informa mal sino que, además, se estimula una mentalidad y una actitud disminuida y dependiente del exterior. En muchos casos ni siquiera se llega a tocar el correspondiente capítulo en el curso.

Hemos revisado los programas vigentes y los diferentes textos que hoy utilizan nuestros estudiantes. La apreciación global que podemos hacer luego de la lectura de dichos textos es que se trata, en su mayor parte, de ediciones antiguas (algunas datan incluso de los años sesenta) cuyas nuevas versiones —cuando las hay— no presentan cambios sustantivos frente a las originales. El tratamiento de los temas es sumamente genérico, dedicándose buena parte de los contenidos a aspectos poco importantes, tratados de manera inconexa, y que, por lo general, difieren —tal como se presentan— de su aplicación en la realidad.

La principal crítica que realizamos a los Programas y Textos vigentes es que no presentan un tratamiento integral del comercio exterior ni resaltan su importancia en el desarrollo económico y social, ni plantean sus requerimientos de calidad, eficiencia y competitividad. Por el contrario, el alumno

recibe una información incompleta e incluso sesgada, que contribuye—como ya hemos señalado— a formar un futuro ciudadano peruano con una mentalidad dependiente, sin haber desarrollado un hábito favorable al trabajo; con complejos, sin personalidad; que, de un lado, no cree en su propia capacidad productiva y tecnológica, y, no conoce el potencial exportador del país, por lo que considera que siempre lo importado es mejor que lo nacional; y, de otro lado, un ciudadano que se ha quedado en la idea que al Perú le basta con tener diversos recursos naturales sin tomar conciencia que otros factores productivos son escasos en el país, y, que, por lo tanto, hay que trabajar con mayor empeño, con eficiencia y calidad, para aprovechar lo mejor posible los recursos disponibles localmente y combinarlos eficazmente con otros recursos provenientes del exterior, adaptando tecnologías a la realidad y a las necesidades del país. Por esta doble concepción equívoca (por un lado, una mentalidad disminuída frente a lo que sí tenemos y producimos; y, por otro lado, una incapacidad reiterada para asimilar adecuadamente los recursos provenientes del exterior y combinarlos con los recursos locales) el Perú—desde nuestra óptica— ha visto en gran medida, limitadas sus posibilidades de una adecuada inserción en el comercio mundial y en la división internacional del trabajo. Por cierto, no es éste el único factor, pero, consideramos, que es uno de los más importantes en la explicación del problema. Si no afrontamos con seriedad el aspecto educativo, los esfuerzos que

podamos realizar en otros campos como por ejemplo el desarrollo de nuevos productos, la promoción y la negociación de exportaciones no cumplirán plenamente con sus objetivos.

Probablemente muchos se preguntarán, a esta altura de nuestra reflexión ¿Por qué enfatizar en la necesidad de un adecuado conocimiento de los requisitos de la competitividad o del comercio exterior a nivel masivo?, ¿Por qué no mejorar más bien la preparación de los especialistas en el comercio exterior?. Sostenemos que, a pesar de las décadas transcurridas en las que se han dado diversas experiencias (Modelo de Enclave-Exportador, Estrategia basada en la promoción de las Exportaciones No Tradicionales, etc. (1) y varios cambios institucionales, todavía no tenemos un adecuado conocimiento ni un convencimiento de la importancia del comercio exterior y de las exportaciones en el desarrollo del país.

Por ello creemos que no sólo necesitamos técnicos de primer orden en exportaciones e importaciones, empresarios eficientes, y Programas de Gobierno en los que el comercio exterior ocupe un lugar preferente, sino

(1) El modelo de "Enclave Exportador" supone basar el desarrollo de un país en cierto sector o producto básico de exportación que es clave en el proceso de acumulación.

La denominada "Estrategia de Promoción de las Exportaciones no Tradicionales" fué puesta en aplicación a fines de los años sesenta y consistía en dar incentivos especiales (tributarios, financieros y cambiarios) para la producción y exportación de bienes con cierto "valor agregado" que tradicionalmente no habíamos exportado con anterioridad.

que la opinión pública en general debe conocer en primer lugar, y estar de acuerdo después, en que al comercio exterior le corresponde un papel vital en el desarrollo económico y social del país. Sólo así aseguraremos reglas de juego estables para el sector comercio exterior, y por tal razón es necesario EDUCAR PARA LA COMPETITIVIDAD en todos los niveles.

No estamos sugiriendo, como ya hemos dicho, un modelo basado exclusivamente en las exportaciones pues consideramos que el mercado interno merece también una especial atención, principalmente por los niveles de pobreza y la desigual distribución del ingreso existentes y porque no todo lo producido se puede exportar. Pero sí estamos convencidos que el comercio exterior y las exportaciones en particular constituyen la fuente más sana y permanente de generación de divisas, sin la cual no es posible el financiamiento del desarrollo ni la consolidación de un mercado interno eficiente y dinámico. Esta es la razón por la que nos referimos con tanto énfasis a la necesidad de EDUCAR PARA LA COMPETITIVIDAD

La mayoría de los jóvenes egresados de educación secundaria probablemente no tendrán la oportunidad de seguir estudios universitarios. Algunos de ellos conseguirán empleo y quizás empiecen a trabajar en actividades de exportación e importación. Unos pocos —con mejor suerte— tendrán la oportunidad de ingresar a las Universidades del país, pero no por ello les irá necesariamente mejor. En una gran parte de ellos, encontraremos un pobre conocimiento de la importancia y

de las exigencias del comercio exterior y una educación para la competitividad ayudará a fomentar en ellos calidad, eficiencia, seriedad y puntualidad, entre otros importantes valores. Y aquí nos estamos refiriendo a uno de los aspectos más importantes del proceso de enseñanza-aprendizaje: *la educación en valores.*

A los maestros también les corresponde un papel activo en nuestras reflexiones. ¿Cómo formar un joven con una "mentalidad competitiva" cuando los propios profesores todavía no estamos preparados para orientar al alumno en tal sentido? ¿Qué esperar de una población docente en los Colegios que en más de 50 por ciento no tienen título en educación? ¿Qué expectativas y exigencias se pueden tener con docentes que perciben bajos ingresos, que no están motivados, ni actualizados en sus conocimientos y en la tecnología educativa? Desde un punto de vista sistémico, la participación de los docentes en el proceso educativo es fundamental; constituyen una de las entradas claves en el sistema.

Hemos conocido de otro lado, a empresarios que son buenos promotores y negociadores de su producto. El exportador es, en esencia, un vendedor que para colocar su producto en mercados muy exigentes debe vencer sobre la calidad, ventajas y las especificaciones técnicas del mismo. Pero para tal tarea debe conocer su producto, creer en él, estar convencido que lo que ofrece es lo mejor o tratar que así sea. Hemos conocido también empresarios peruanos que se han "disminuído" en la mesa de negocia-

ciones. Por cierto, la imagen del país crea un contexto que va a influir en la venta del producto, y; a la adecuada imagen del país en el exterior debemos contribuir todos y no sólo los empresarios que trabajan directamente en el comercio exterior. Esta "imagen" debe trabajarse integral y sistemáticamente a través de las Embajadas, Oficinas Comerciales, la participación en Ferias Especializadas y en Eventos Turísticos y Culturales, Misiones de Empresarios, Medios de Comunicación, elaboración de Folletos y Ayudas Audio-Visuales; y, en general, a través de nuestro comportamiento cuando viajamos al exterior o cuando actuamos de anfitriones de turistas extranjeros en nuestro país. Ello es aún más importante dado que las pocas noticias que se difunden sobre nuestro país en el exterior se refieren básicamente a hechos negativos vinculados a problemas tales como la violencia subversiva, el cólera, o el narcotráfico y, últimamente, incluso referentes a la interrupción del proceso democrático. Eso es lamentable. El diseñar una permanente campaña para presentar una adecuada imagen del Perú, sus atractivos y posibilidades es una tarea muy importante de la que dependerán, en parte, los resultados que podamos alcanzar en materia de comercio exterior y, en general, en las relaciones económicas con el mundo.

En lo que se refiere a los estudiantes universitarios los cursos que llevan contribuyen muy poco a crear en ellos una "Mentalidad Competitiva". Actualmente, lo que se encuentra es que los futuros profesionales de Economía, Administración, Derecho, las diversas

ramas de la Ingeniería, Contabilidad, Ciencias de la Comunicación, entre otras profesiones, tienen muchas veces en su currícula de estudios, cursos de Economía Internacional con gran énfasis teórico. Considerado como un curso básico en los estudios de economía, requeriría, sin embargo, la inclusión de tópicos más aplicados a la dinámica de la economía internacional y a las principales características del sector externo en el Perú cuando se programa en el estudio de otras disciplinas. Opinamos, además, que en la mayoría de Facultades se hace necesario un curso introductorio al conocimiento del comercio exterior en el Perú. Pero, en general, la currícula deberá brindar al estudiante una formación en los valores que llevan a la competitividad.

A nivel de especialización o de cursos de Post-Grado se requiere asimismo, un gran esfuerzo pues lo poco que hay a este nivel no cubre las expectativas del mercado y las necesidades del país. Se necesitan cursos adecuadamente balanceados entre la teoría y la práctica para no caer en la pura "gimnasia mental" o en el empirismo. Es precisamente en estos cursos en los que se requiere promover la especialización en los puestos de gerencia y dirección, y, en el aprendizaje y desarrollo tecnológico, según sea el sector productivo o el producto y/o servicio específico del que se trate o la correspondiente actividad complementaria (envase, embalaje, transporte, etc.) Los cursos de especialización no logran suplir la ausencia de una buena base de conocimientos y de una mentalidad exportadora, carencias que

deben corregirse en el transcurso de la Educación Primaria y Secundaria, y en la propia Educación Universitaria. La educación no convencional y la educación a distancia utilizando las ventajas de los modernos medios de comunicación, pueden ser un excelente vehículo para llegar a la mayoría de la población con una educación para la competitividad. Ello supone, entre otros aspectos, una disciplina productiva, la búsqueda de la excelencia y la calidad total, el producir con eficiencia en todos los niveles, la permanente capacitación para mejorar la productividad, la responsabilidad en los compromisos, y otros temas más vinculados a la vida cotidiana como el lograr una mística que nos permita creer en nuestro país, llegar a la hora exacta a nuestras reuniones, hacer la cola para el correspondiente trámite y no pasarnos el semáforo con luz roja.

Por lo tanto, siendo quizás el problema más crítico de nuestra actividad exportadora la limitada oferta exportable en condiciones competitivas, los textos básicos deberían proporcionar al alumno los lineamientos básicos acerca de la importancia de la generación de divisas por concepto de exportaciones en el desarrollo del país; de lo imprescindible que es -para tener éxito en el comercio exterior- el contar con una industria local eficiente y un producto de calidad; de lo importante que es la seriedad en los compromisos pactados, cumpliendo los plazos y las especificaciones técnicas exigidas; de la adecuada presentación y embalaje del producto; y de la disciplina y productividad que debemos inculcar

en nuestra empresas, y, en general, en el país.

El alumno debería saber que el Perú necesita exportar y generar más divisas para ser menos dependiente y que ello requiere una especial actitud frente al trabajo y a la eficiencia. El alumno debería asimismo estar convencido que el país necesita participar eficazmente en la economía internacional y que ello exige un gran esfuerzo. El alumno debería terminar su Educación Básica conociendo que el reto exportador tiene exigencias, que pueden transcurrir muchos años antes que el producto penetre en un nuevo mercado y nuestro cliente tenga confianza en nosotros, pero que es muy fácil perder ese mercado y luego muy difícil recuperarlo si no cumplimos adecuadamente con lo estipulado en los contratos. El alumno debería ser consciente que para exportar es necesario ser cada vez más competitivo en un mundo tan cambiante en el que todos los países hacen importantes esfuerzos para mejorar su posición relativa en el comercio internacional.

Pero tal vez lo más importante que el alumno debería conocer es que, frente a los desafíos y exigencias, el Perú tiene un conjunto de sectores y productos con gran potencial exportador, que requieren de nueva inversión para su desarrollo. El alumno debería saber entonces, que si bien la exportación tiene exigencias y requiere un trabajo muy duro, el país presenta una serie de ventajas para acometer tal tarea, con sus materias primas, variedad ecológica, destreza de su mano de obra, capacidad tecnológica, y con

su privilegiada ubicación geográfica en la Cuenca del Pacífico. El alumno debe saber que podemos y debemos ser competitivos.

En suma, el alumno debería salir del colegio con un adecuado conocimiento de lo que tenemos y de lo que debemos hacer, y con la confianza en lo que ya hacemos y podemos hacer. Con ello lograríamos crear en él una mentalidad competitiva una actitud favorable a la calidad, la producción, y la eficiencia, la competitividad, así como una mayor disposición, a la disciplina en el trabajo. Ello debería comple-

mentarse con un programa de visitas a centros de producción en los diferentes sectores de exportación. En tal sentido, deberían prepararse los Programas, Textos y Currícula de Estudios.

Es necesario discutir con mayor amplitud varios de los temas que hemos mencionado pero queríamos, en este trabajo llamar la atención del lector en relación a porque es importante, en nuestra opinión, EDUCAR PARA LA COMPETITIVIDAD es decir, educar para tener una mentalidad competitiva. ●

Lima, agosto de 1992

PRINCIPIOS DE EFICIENCIA DE EMERSON

1. Trazar un plan objetivo y bien definido, de acuerdo con los ideales.
2. Establecer el predominio del sentido común.
3. Mantener orientación y supervisión competentes.
4. Mantener disciplina.
5. Mantener honestidad en los acuerdos, o sea, justicia social en el trabajo.
6. Mantener registros precisos, inmediatos y adecuados.
7. Fijar remuneración proporcional al trabajo.
8. Fijar normas estandarizadas para las condiciones del trabajo.
9. Fijar normas estandarizadas para el trabajo.
10. Fijar normas estandarizadas para las operaciones.
11. Establecer instrucciones precisas.
12. Fijar incentivos eficientes al mayor rendimiento y a la eficiencia.