

Opinión



Ricardo Ávila Pinto
ricavi@portafolio.co
Twitter: @ravilapinto

CARTA DEL DIRECTOR

Crecimiento: no hay de otra

Cuando tras la más reciente sesión de la junta directiva del Banco de la República se informó que el equipo técnico de la entidad no solo ratificaba su proyección de 2,7 por ciento de crecimiento para la economía colombiana este año, sino que para el 2019 lo elevaba en un punto porcentual adicional, más de un analista reaccionó sorprendido. El motivo es que así los vientos de la reactivación estén soplando, nada hace pensar que las ráfagas serán más intensas pronto.

Si los pronósticos del Emisor se cumplen o no, es algo que solo se sabrá en su momento. Mientras tanto, los académicos señalan que el ritmo de aumento potencial del Producto Interno Bruto es apenas del 3,5 por ciento anual y que para finales de la próxima década bajaría hacia el 3 por ciento. Así lo afirma un documento escrito por Hernando José Gómez y Laura Juliana Hi-

guera, publicado recientemente por Fedesarrollo.

Lo anterior quiere decir que si seguimos tal como estamos, la velocidad del progreso económico será mediocre. A ese paso nos tomaría cerca de un cuarto de siglo duplicar el tamaño del PIB, con lo cual difícilmente lograremos cerrar la brecha que nos separa de sociedades más desarrolladas. Más inquietante todavía es que la consolidación de los avances logrados en materia de reducción de la pobreza o expansión de la clase media se vuelve más difícil.

Ante semejante perspectiva, sería lógico imaginar que el asunto ha surgido en repetidas oportunidades en la campaña presidencial. Y aunque todos los postulantes se comprometen con tasas de crecimiento mucho más elevadas que las actuales, a la hora de explicar los detalles hay más vaguedad y lugares comunes, que recetas precisas.

No se trata de encontrar



Lograr que la economía ande más rápido en los años que vienen, obliga a impulsar la productividad, nuestra gran asignatura pendiente”.

fórmulas mágicas. Desde hace tiempo el Consejo Privado de Competitividad hace un completo diagnóstico que ayuda a entender por qué andamos menos rápido que otras sociedades, el cual complementa con

una amplia lista de correctivos. El trabajo de Gómez e Higuera también pone los puntos sobre las íes al mencionar tareas que son claves para impulsar la productividad, que es nuestra gran asignatura pendiente.

El problema es que el tratamiento implica no solo mejorar ciertas conductas, sino también sacrificios o ajustes que son inconvenientes a la hora de buscar votos. En abstracto, los ciudadanos desean un crecimiento económico mayor y se entusiasman cuando se les habla de menores impuestos o del círculo virtuoso que empezaría a girar si suben los índices de confianza en empresas o consumidores. Pero pocos aceptan que hay que quitar los palos en la rueda, los cuales incluyen acabar con políticas a veces bien intencionadas, pero que hacen más daño que bien.

Eliminar obstáculos abarca privilegios de vieja data que llevan a la inadecuada

provisión de bienes públicos, rigideces en los mercados o aspectos regulatorios inconvenientes. Un ejemplo son los gastos estatales que se hacen en el sector agropecuario, que no se destinan a obras de interés general como vías de acceso decentes, semillas mejoradas o distritos de riego, sino a beneficios particulares a través de subsidios. Ese esquema, combinado con una política arancelaria que protege a ciertos productores, hace menos urgente la búsqueda de mayores rendimientos.

Conseguir avances en productividad es algo que no se logra de la noche a la mañana, e implica costos en popularidad, pero quien se instale en la Casa de Nariño el próximo 7 de agosto debe saber que cruzarse de brazos solo le asegurará resultados económicos mediocres. En el pasado, las bonanzas de precios de productos básicos o la demografía nos dieron una mano, pero ahora los éxitos hay que ganárselos a pulso. Y eso obliga a pensar en el crecimiento, que no vendrá por generación espontánea. Lo demás, son promesas de campaña.

Marx, 200 años sin celebración

Beethoven Herrera Valencia*



El hecho de que Marx hubiese sido el filósofo preferido por la mayoría de los oyentes de la BBC de Londres, pese a los llamados de *The Economist* a votar por John Locke y por Adam Smith, fue explicado por el historiador inglés Eric Hobsbawm: “tras la caída del comunismo se vio por fin liberado de la deformación de los países del llamado socialismo real”, y agregó que “Marx predijo, de

modo certero, el fenómeno de la globalización”. (*El Tiempo*, julio 1/05).

El 5 de mayo se cumplieron 200 años del natalicio de Marx en Tréveris (Prusia, hoy Alemania), y excepto la brillante película *El joven Marx*, que muestra su confrontación con los hegelianos y con el socialista utópico Proudon, y la entrañable amistad con Engels, no ha habido –salvo en algunos ámbitos académicos– análisis rigurosos, quizá porque muchos piensan que el derrumbe de la URSS y la orientación de países como China y Vietnam hacia el mercado, ha restado credibilidad a las ideas de Marx.

Recién publicado *El Ma-*



Llama la atención que no exista un balance riguroso, desde el lado marxista, acerca de las razones que explican el colapso del bloque comunista”

nifiesto, a Marx le cuestionaron su propuesta de expropiación y colectivización de los medios productivos, quien respondió que la misma competencia dentro del sistema capitalista produce una concentración de tierras, industrias y bancos que conducen inexorablemente al monopolio; esto permite recordar que recientemente se ha denunciado la práctica de cartelización por parte de 600 empresas de América Latina. (*El Espectador* 12/01/18).

Respecto de la aparición de la propiedad privada, Marx recuerda que en todas las sociedades primitivas la propiedad era colectiva y el trabajo comunita-

rio, y devino en propiedad privada por la expulsión violenta a los campesinos de sus tierras, por la apropiación de los excedentes por parte de las castas y por las deudas. (Acumulación originaria, *El Capital*, tomo 1, capítulo 24). De similar manera explicó la reproducción del capital por la acumulación del valor no pagado a los trabajadores, y advirtió no solo sobre la inevitable llegada de los monopolios, sino que predijo que la banca terminaría sometiendo a las actividades productivas, fenómeno conocido hoy como financiarización.

Tras ver la brutalidad de regímenes como el de Ceausescu y su familia en Ru-

mania, o el de Pol Pot en Camboya, que eliminó a la mitad de su población pretendiendo justificarlo con las ideas de Marx, se entiende la afirmación de Thomas Piketty, quien se reconoce como parte de la generación que creció viendo la caída de las dictaduras comunistas “y no sintió la más mínima ternura o nostalgia por esos regímenes o por la Unión Soviética” (*El Capital en el siglo XXI*, FCE, Bogotá, 2014).

Sin embargo, llama la atención que no exista un balance riguroso, desde el lado marxista, acerca de las razones que explican el colapso del bloque comunista.

*Profesor U. Nacional y Externado beethovenh@yahoo.com

Portafolio

El Tiempo Casa Editorial
www.portafolio.com

Copyrights © 2016.
EL TIEMPO Casa Editorial S.A.

Prohibida su reproducción total o parcial, así como su traducción a cualquier idioma sin autorización escrita de su titular.

Director
Ricardo Ávila Pinto
ricavi@portafolio.co

Subeditores
César Augusto Giraldo Briceño
Luisa Constanza Gómez Rodríguez
Néstor Alonso López
Rubén López Pérez

Subeditora de Opinión
Rosa María Cárdenas Lesmes

ECONOMÍA Y NEGOCIOS

Constanza Gómez
Andrés Cárdenas
María Camila González

Sala de Redacción

Gabriel Filórez
Sebastian Londoño
Alfonso López Suárez
Andrés Felipe Quintero

Editor Portafolio.co

Pedro Miguel Vargas Núñez

PERIODISTAS EN COLOMBIA

Medellín: Jorge García
Bucaramanga: Félix Quintero

Oficinas de EL TIEMPO

Call: José Valencia
Ibagué: Fabio Arenas

Oficinas de EL TIEMPO

Barranquilla: Estewil Quesada
Eje Cafetero: Fernando Umaña

Director Gráfico

Belman Pinilla

Jefatura de Diseño

Juan Manuel Leal

Concepto Gráfico y Diseño Editorial

Diana Yamile Acosta G.
Darío Forero Aldana

Diseño y Diagramación

Diana Yamile Acosta G.
Edwin Puentes Martínez

Infografía

José Alirio Díaz

Fotografía

Casa Editorial
El TIEMPO

Colaboradores

Beethoven Herrera,
Mauricio Cabrera,
Sergio Calderón,
Felipe Chávez y
Andrés Oppenheimer.

Gerente Portafolio

María Cristina Amaya Hoyos
marama@eltiempo.com
Tel: 2940100 Ext: 2860.

Jefe Mercado

Ibón Andrea Bernal Torres,
ibober@eltiempo.com

Oficina de redacción, administración y ventas

Avenida Calle 26 No. 688-70
Bogotá, Colombia. Tel: 2940100.

Suscripciones

Bogotá: 3538888
Línea Nacional:
01 8000 118080
Medellín: 2507988
Call: publicidad: 6836000

Servicio al lector

Bogotá: 6687155
Barranquilla: 511077
Ibagué: 610799 -
610790
Commutador: 2940100.