**Invertir Más en el Poder del Conocimiento**

****

Autor: Lic. Diego Balverde

*"El conocimiento es poder" significa que, mientras más conocimiento una persona tenga sobre algo o alguien, más poder tendrá. Grosso modo, la frase se refiere a cómo el conocimiento sobre algo nos entrega más opciones y mejores maneras de enfrentar la situación.*

La teoría económica dice que las cosas valen según su nivel de escasez. A partir de allí, surgen las distintas teorías de valor: para algunos los protagonistas relevantes de esta ecuación son los "recursos naturales (tierra)"; para otros, los "recursos humanos (trabajo)", y para otros, simplemente "el capital". Pero lo que ya nadie discute es que el actor principal es "el conocimiento".

¿Cuánto vale un bote o embarcación pequeña? Quizás $40.000 ¿Cuánto vale ahora ese mismo bote o embarcación en el Titanic, a punto de hundirse? ¡Millones! O algo impagable, porque en realidad se lo va quedar el más fuerte. Este es el problema que tiene la política de distribuir cuando hay problemas de escasez. "El que no llora no mama y el que no mama es un gil".

Supongamos que un multimillonario decide viajar al lugar más inhóspito del planeta y demostrar que, con recursos, puede sobrevivir en cualquier ambiente y demostrar que lo que importa es precisamente el "capital". Contrata a un ayudante, un ingeniero especialista en alimentación y en logística, que posee experiencia en escalar altas montañas y todos los conocimientos que uno podría imaginar para el riesgoso viaje. El ingeniero acepta el desafío a cambio de una muy alta compensación económica.

Una vez llegado al lugar, sus diferencias en cuanto a ingresos y riqueza acumulada no tendrán sentido. Ambos serán económicamente iguales, por la sencilla razón de que no habrá bienes o servicios para comprar.

La pregunta sencilla es: ¿quién de los dos tiene más poder ahora? ¿El millonario dueño del capital? ¿O el ingeniero poseedor del conocimiento? Finalmente... ¿Quién depende de quién? Escaso es el conocimiento y eso definirá quién tiene más poder.

En este 2020 el iPhone cumple 13 años. Steve Jobs lo presentó el 9 de enero de 2007 y salió a la venta en junio de ese año a un valor promedio de US$600. Los celulares siguen valiendo casi lo mismo, pero dan más servicios. Pero si el 9 de enero de 2007 alguien hubiera comprado US$600 (el valor de un celular) en acciones de Apple, hoy tendría US$450.000 y podría comprar 750 celulares. Steve Jobs ya no está entre nosotros, pero su conocimiento trascendió. Esta es la ventaja de apostar a la inversión en conocimiento y no conformarse solo con el consumo.

Si un país tiene el objetivo de desarrollarse y crecer en serio, no puede dejar de potenciar ni a los sectores innovadores, ni a la inversión en los procesos de reconversión de materias primas, de bienes o de servicios deseados por los consumidores.

Es por eso que no comparto la decisión Argentina en estos últimos 4 años de no respetar los acuerdos preexistentes con el sector del conocimiento.

Claramente, ese sector es el mayor generador de riqueza futura. No son ricos los dueños de las tierras o de los activos, sino los que producen bienes y servicios a partir de esos activos.

Los campos valen no por ser campos, sino porque nos permiten transformar algo en una cosa diferente; por ejemplo, abono y semillas en cereales. De la misma manera, un fabricante de automóviles convierte acero, electricidad y otros metales en automóviles; una docente transforma y prepara a un niño para el mundo futuro, y una empresa energética convierte rocas y agua en naftas para impulsar nuestros autos.

Lo que vale es el conocimiento para transformar un recurso en un bien o servicio que queremos comprar.

La empresa Netflix inició en 2011 operaciones por primera vez fuera del territorio estadounidense, ofreciendo su catálogo por streaming en la región de América Latina y el Caribe. A partir de 2016 hizo eso con alcance para casi todo el mundo. Su producción le permitió tener más nominaciones a los Oscar de este año que el cine tradicional. Esta plataforma cuenta con unos 158 millones de clientes alrededor del mundo, la mayoría fuera de los Estados Unidos. La empresa cobra US$10, en promedio, a cada suscriptor. Factura US$1580 millones por mes y US$20.000 millones por año, más que nuestras exportaciones de trigo y maíz.

Escaso es el conocimiento, no las materias primas. Y las cosas valen por su escasez.

Hace tiempo participé de un curso de un profesor de John Hopkins University, comenzó su clase con un gorrito de Mickey Mouse en la cabeza, del cual colgaba una etiqueta con el precio.

Notó la sorpresa de todos y nos explicó:

"Este gorro lo compré en Disney por US$10, como verán en el precio (por eso mantenía la etiqueta). Este gorro se fabrica con 90% de derivados del petróleo y 10% de mano de obra".

Luego nos mostró el balance de Disney (que cotiza en bolsa) y visualizamos que el combustible lo importa de Pdvsa Venezuela a US$70 el barril. Con un barril de petróleo, Disney produce 8 millones de gorritos. Moraleja, Pdvsa facturó US$70 vendiendo la materia prima y Disney, US$80 millones vendiendo una ilusión. ¿Quién es rico, el que aportó las materias primas o el que nos vendió un sueño de volver a ser niños?.

Escaso es el conocimiento, no las materias primas. Y las cosas valen por su escasez.

El consumo es uno de los motores esenciales para que una sociedad funcione, pero es un error conceptual grave de la cultura argentina creer que se ahorra consumiendo, ya sea un auto, una heladera o un celular. Se ahorra cuando el dinero se destina a inversión. Es la inversión la que genera crecimiento y si esa inversión es en innovación y conocimiento, se genera desarrollo.

Otro lindo ejemplo lo aporta Tim Hartford. ¿Por qué en los lugares más concurridos de las ciudades el café es más caro, y más caro aún si es época de vacaciones? Desde el sentido común, el café es caro porque las cafeterías deben pagar alquileres elevados, y ese costo es más elevado porque son lugares donde las propiedades valen más, por ser sitios más agradables para los visitantes y, por ende, más concurridos. De hecho, el café es lo que menos incidencia tiene en el precio. Otra vez, es el poder de la escasez, en este caso de espacio, de seguridad y de comodidad, lo que fija el valor de las cosas. El problema no es que la propiedad o el alquiler sean caros, sino que todos queremos vivir en los mejores sitios.

Otro punto relevante es la inversión en infraestructura, en rutas, en puertos. El avance en la calidad y el precio de los servicios de trenes, metrobús, subtes o aviones que transportan a las personas a sus trabajos desde los conurbanos o provincias cercanas, beneficia más a los propietarios de barrios más humildes que a los de la propia capital. Las mejoras en el transporte público hacen que haya más opciones a las de alquilar un departamento en el centro de la ciudad. Si el viaje diario de dos horas se convirtiera en un viaje de una hora o menos y las personas fueran más cómodas, habría quienes preferirían mudarse fuera de la ciudad. Así, se desconcentrarían los centros urbanos y aparecerían más departamentos disponibles; la escasez disminuiría, los precios de los alquileres bajarían, y quedaría más dinero para llegar a fin de mes.

Por último, con el tiempo, los altos precios son la cura para los precios altos y la escasez …

Y los precios bajos son la cura para los bajos precios y los excesos de mercaderías.

El ejemplo más usado es el de la producción de petróleo. La razón por la cual no hubo descubrimiento de nuevos yacimientos importantes en los 80 y los 90 fue que, a US$20 por barril, no tenía sentido económico invertir en las búsquedas. Cuando el precio se disparó por encima de US$100 el barril, aparecieron inversiones en energías renovables y no renovables aumentando la oferta; incluso aquí fuimos beneficiados, por Vaca Muerta. Sería sensato pensar en una baja de precios futuros, porque la propia escasez generó la inversión suficiente para pensar en más abundancia de recursos. Será por ello que los grandes países exportadores de petróleo hoy reinvierten más en hoteles y en equipos de fútbol que en producción.

Es simple: cuando algo es rentable se invierte y se crece; en cuanto deja de serlo, la inversión se para y caemos en recesión. ¿Válido para el petróleo, la leche, el trigo, la luz, las canchas de paddle o los chupetines?

Las cosas valen por su nivel de escasez. Y últimamente nos está faltando invertir más en conocimiento.

El autor es egresado de Grado en Ciencias Económicas de la Universidad del Salvador, y Grado en Relaciones internacionales en Universidad Católica de Salta.

Posee un Máster en Administración y Dirección de Empresas en Tsing Hua University, China.

Diplomatura en Financiamiento y Desarrollo en las Energías Renovables UCEMA.

Actualmente forma parte de la Especialización en Foreign Trade Chapman University.