

Miguel A. Soto ClassDirector Ejecutivo del Centro
para la Nueva Economía**Destrucción creativa**

Las bases productivas de nuestro sistema económico funcionan a base de lo que el reconocido economista austriaco Joseph Schumpeter llamó "destrucción creativa". Es decir, en algunos momentos claves, el sistema económico se torna contra sí mismo para poder evolucionar y seguir creciendo. Un ejemplo podrían ser los teléfonos de discado. Cuando llegó el teléfono de tono, la compañía que fabricaba el discado plástico tenía dos opciones: o cerraba operaciones o se transformaba. Otro ejemplo son los beepers. Hace diez años, Puerto Rico tenía una de las densidades más altas de estos aparatos. Sin embargo, el advenimiento de celulares ha reducido significativamente ese mercado.

En la medida que pasa el tiempo, a todas las organizaciones le llega el reto de cambiar o desaparecer. Esto incluye a las empresas del sector privado, los emprendedores, la sociedad civil y el gobierno.

El gobierno de Puerto Rico trató de ignorar esta realidad por muchos años. Es difícil culparlos pues este proceso es uno doloroso y traumático, y la reacción humana al cambio siempre ha sido la resistencia. Pero se supone que el gobierno anteponga los intereses de los muchos a los intereses de los pocos, y en ese sentido nos defraudó.

El área de las promociones industriales de Fomento es un

buen ejemplo. Hubo una época cuando el desarrollo económico de Puerto Rico dependía de atraer a grandes operaciones manufactureras a la Isla. Para hacerlo se necesitaba una estructura promocional de mucha presencia física en mercados claves a través del mundo y una infraestructura robusta de edificios disponibles para fácil y rápida ocupación.

Sin embargo, con el pasar del tiempo, el mundo cambió, pero Fomento se quedó igual. Recuerdo cuando mis amigos emprendedores buscaban ayuda en Fomento para sus compañías de internet y nadie allí sabía qué hacer con ellos. Les pedían copias de los contratos de arrendamiento sin conocer que lo menos que una compañía de internet necesita es espacio físico.

El mercado económico actual requiere algo distinto de los sistemas de promociones. Ya no hace falta tener numerosas oficinas a través del mundo. Tampoco es menester ser dueño de millones de pies cuadrados de espacio en planta física a través de la isla. Las empresas que pudiesen establecerse en Puerto Rico para crear empleos y oportunidad económica son organizaciones complejas con necesidades muy distintas a las del pasado. Necesitan capital humano altamente educado en áreas bien específicas y una infraestructura física, incluyendo servicios de agua y

electricidad, confiable y a precios competitivos.

Más aún, hay que cambiar la estrategia de promoción basada en oficinas en el extranjero. Ahora lo que hace falta son promotores sofisticados y conocedores no tan sólo de las finanzas de las compañías que buscan atraer, sino también de sus procesos científicos. Deben ser personas que viajen constantemente a los lugares donde estén naciendo estas nuevas empresas y que puedan funcionar a través de diversas culturas y países. Poder interactuar inteligentemente con los líderes de esas empresas y conocer los detalles no tan sólo de sus productos actuales sino también de aquellos que aún están en la etapa de investigación para eventual producción tienen que ser elementos fundamentales en la descripción de sus tareas básicas.

Lo realmente interesante de la aseveración de Schumpeter es que no niega el lado traumático del proceso de innovación. Si bien es cierto que es necesario, también es doloroso pues requiere cambios destructivos. El proceso de innovación es uno que viene acompañado del trauma que causan los cambios y en particular la reestructuración de las operaciones. No obstante, peor sería posponer la reestructuración necesaria pues entonces continuaríamos por el camino de los teléfonos de discado.

www.grupocne.org