

DE
PUÑO
Y LETRA



**BERNARDITA
ESCOBAR
ANDRAE**

Profesora Titular
FACEA & Centro de
Análisis
Multidisciplinar de la
Incorporación Social,
Universidad de
Valparaíso

Entre la innovación y la trampa: el camino hacia el fin del arcoíris

Un reciente coloquio entre dos exministros de Hacienda con el profesor J. Robinson debatía sobre la fuente de los bloqueos institucionales que afectan al país. Esto coincidió con el Banco Central bajando el optimismo generado por el reciente Imacec, al proyectar un crecimiento del PIB tendencial en solo un 1,8% anual a mediano plazo. Con menos dudas sobre el estancamiento de la productividad nacional, discutir el origen del estancamiento institucional parecía aún más relevante. Pero no por ello debemos desatender a las fuentes del estancamiento productivo.

Durante más de una década, muchos economistas han diagnosticado una productividad estancada. Un tema objeto de múltiples debates y comisiones asesoras ministeriales, esfuerzos que han quedado eclipsados por las revelaciones del caso "Audio" de Hermosilla. Estos sugieren que no escasean actores en el mundo de los negocios convencidos de que las grandes fortunas no se hacen a través de la búsqueda de rentas derivadas de innovación e inversión en nuevos productos o procesos productivos. Por el contrario, entre ellos parece prevalecer la creencia de que el éxito se logra a través de otro tipo de rentas: el camino corto, torcerle la mano al fiscalizador, mentir, y, si fuera necesario, delinquir para amasar grandes fortunas. En este contexto, para ellos la inversión se produce tejiendo redes de dudosa virtud mediante servicios como los de "Los Luchitos del Mundo" (LLdM) y a financiar campañas que promuevan o elijan a personas clave en el aparato estatal, quienes luego ayudarán a "armar la cancha a su pinta" y a amortiguar el porrazo en caso de caída. Esta visión es completamente opuesta a la del empresario Schumpeteriano, que con esfuerzo y riesgo apuesta por crear e introducir en el mercado

innovadores productos y procesos productivos, generando abundante riqueza, de la que mercedadamente en parte se apropian, y en definitiva mejoran la ansiada productividad a largo plazo.

Sostener las creencias de los clientes de LLdM es doblemente perverso. Por un lado, legitima la conducta tramposa, la corrupción y las malas prácticas; por otro, desincentiva el esfuerzo emprendedor innovador. Si el *modus operandi* de LLdM tiene éxito, el mercado destaca como exitoso aquellos negocios torcidos, acortándole el camino al final del arcoíris a esos mal llamados "emprendedores", mientras que el verdadero emprendedor Schumpeteriano ve cada vez más inalcanzable e improbable su éxito.

Si bien las redes han sido siempre importantes en el mundo de los negocios, la evidencia muestra que no son suficientes para explicar la totalidad de los casos exitosos y dignos de estudio. Es la conducta innovadora, Schumpeteriana, la que, junto con otros factores, genera éxito, riqueza y transforma la vida de muchas personas y se convierten, genuinamente, en casos dignos de estudiar.

El sector empresarial de nuestro país es diverso. No debemos caer en la tentación de reducirlo a los casos de Onix Capital, Primus Capital o Factop. Sin embargo, tampoco podemos ignorar los casos de grandes empresas involucradas en el financiamiento ilegal de la política, en sendos casos de colusión, o de intrusión indebida en procesos legislativos interesados, como la Ley de Pesca. A pesar de esto, hay ejemplos de empresas transformadoras y Schumpeterianas como NotCo o Cornershop.

El problema por dilucidar es identificar qué incentivos enfrenta un emprendedor en Chile para llegar exitoso al final del arcoíris: i) seguir un camino riesgoso pero innovador, que crea nuevas rentas y desplaza otras; o ii) recurrir a servicios de LLdM, tejiendo redes venenosas, por cierto, muy costosas, que reducen el riesgo en su estrategia de "emprender". Determinar esto no es obvio. Pero la frecuencia de malas prácticas empresariales junto el estancamiento productivo sugiere que, como decía Enrique Santos Discépolo en Cambalache, a este lado de los Andes varios del siglo XXI son de la opinión que "¡el que no afana es un gil!".

SI BIEN LAS REDES HAN SIDO SIEMPRE IMPORTANTES EN EL MUNDO DE LOS NEGOCIOS, LA EVIDENCIA MUESTRA QUE NO SON SUFICIENTES.