

EMPRESARIOS A LA HOGUERA
Ricardo Villasmil Bond
ricardovillasmil@hotmail.com

Hace dos semanas los estudiantes acudieron a la Asamblea Anual de Fedecámaras para acusarlos, entre otras cosas, de vivir en un “país de cenicientas” y de no tener “arraigo nacional”.

Los estudiantes - seguramente sin saberlo- se unen a un reclamo más trillado de nuestra historia. Adriani, por ejemplo, acusaba a los empresarios de estar orientados “al sustento y al goce”; Úslar Pietri, de “parásitos”; Betancourt, de querer “producir poco y ganar mucho”; y Chávez de “inmorales y conspiradores”. ¿Será que nuestra desgracia está en parir y atraer empresarios ineptos?

Antes de encender la hoguera, vale la pena recordar que el factor determinante de la conducta del empresariado son los incentivos y no su talante moral. Hace casi un siglo, créditos baratos, obras, servicios y empleos públicos impulsaron un desarrollo acelerado pero artificial del país. Los costos locales de producción se mantuvieron muy altos, consecuencia parcial de una moneda fuerte y de beneficios laborales incompatibles con nuestra escasa productividad. Incapaz de competir en el exterior, nuestra industria se limitó a surtir a un mercado interno en donde la rentabilidad dependía más de la decisión de funcionarios encargados de aprobar aumentos de precios, créditos y aranceles, que de la productividad.

Los empresarios respondieron a estos incentivos. Concluyeron que tenían que concentrar sus esfuerzos en fomentar sus contactos políticos. Y desde finales de los años setenta, la apreciación cambiaria, la volatilidad macroeconómica y la inestabilidad política los ha ido forzando a transformar sus industrias en distribuidoras de productos importados que buscan sólo 3 cosas: 1) exprimir sus inversiones en el país; 2) invertir lo estrictamente necesario para seguir operando; y 3) sacar como puedan sus ganancias al exterior.

El estudio más reciente del *World Economic Forum* nos distingue como el país con “el peor clima de derechos de propiedad en el mundo”. En estas condiciones, resulta absurdo esperar que la prédica moral provoque un cambio. Aquí damos la vuelta en “U” y conducimos con exceso de velocidad, pero cuando viajamos al mundo desarrollado nos comportamos de manera diferente. Con los empresarios ocurre algo similar. El cambio no llegará con exhortaciones a la moral. Llegará cuando cambien los incentivos.