

EL GOBERNADOR Luis Fortuño ofreció un discurso durante el almuerzo de la Cumbre E3 en el que detalló las iniciativas de su administración para fomentar el empresarismo. Al centro, Fortuño conversa con Raúl Gayá, presidente de la Cámara de Comercio de Puerto Rico.



Cumbre para la competitividad

Ejecutivo bancario ve en la exportación de entretenimiento una alternativa para la Isla

POR MARIE CUSTODIO COLLAZO
mccustodio@elnuevodia.com

EDUCACIÓN QUE genera empresarismo capaz de exportar productos para lograr un Puerto Rico competitivo fue la consigna que unió a miembros de la Academia, la empresa privada y el Gobierno en la Primera Cumbre E3 de las Américas celebrada ayer en un hotel de

la Capital.

“Este es un evento de marca y de avanzada”, expresó Raúl Gayá, presidente de la Cámara de Comercio de Puerto Rico (CCPR), que organizó la cumbre.

Añadió que el tema de la actividad se alinea con las expresiones recientes del presidente Barack Obama en Ecuador, donde resaltó que la estrategia de relaciones internacionales de Estados

Unidos, de ahora en adelante, estaría basada en educación, empresarismo y exportación (E3).

“Este es el primer evento en la nación que se enfoca en esos tres pilares expresados por el presidente Obama”, afirmó Gayá.

Para Julián Hernández, ejecutivo bancario y asistente a la actividad, la importancia de la Cumbre E3 es que se trata de un intento por pasar de la palabra a la acción, en términos de la forma en que Puerto Rico visualiza su desarrollo económico.

“Hay mucha gente que está interesada

en Puerto Rico, pero nosotros (los puertorriqueños) somos muy regionalistas y sólo miramos hacia el norte, a Estados Unidos, como objetivo para exportar”, manifestó el ejecutivo.

Añadió que los empresarios locales no deben tener miedo a exportar sus productos y servicios a países de América Latina y Europa.

Hernández reflexionó que el enfoque centrado exclusivamente en el mercado estadounidense podría estar fundamentado en la falta de conocimiento sobre la cultura de negocios en otros lugares del mundo.

CAMBIO DE PARADIGMA

El ejecutivo bancario dijo, no obstante, que la cultura empresarial de Puerto Rico debe reinventarse para poder exportar.

“Tenemos que dejar de pensar en los negocios de siempre y buscar áreas en las que podamos ser competitivos”, resaltó.

Mencionó, por ejemplo, que la multiculturalidad de los puertorriqueños puede ser útil para servir como puente para las transacciones comerciales en-

tre Estados Unidos y países de habla hispana, lo que se puede convertir en un negocio.

También señaló el entretenimiento como un área de exportación la que Puerto Rico es exitoso y que puede expandirse más.

Por su parte, Manuel Figueroa, presidente de la empresa puertorriqueña Vernet y ex presidente de la Asociación de Productos de Puerto Rico, utilizó el ejemplo de la empresa local Martex Farms para señalar que la agroindustria tiene potencial de exportación a los mercados europeos, que son menos sensitivos a los precios de las frutas tropicales y que apenas se ha explotado.

“Pero la estrategia debe verse a nivel de industria, no de fincas individuales”, puntualizó. Precisamente, la empresa local Martex Farms fue reconocida ayer como Exportador del Año en la Cumbre E3, y se resaltó que la mayor parte de sus cosechas de mangó se venden en Europa, Japón y Estados Unidos.

RESISTENCIA AL EMPRESARISMO

Figueroa enfatizó en que Puerto Rico se ha distinguido por la resistencia a crear nuevas empresas, que se refleja a través de la burocracia.

“Los empresarios ven las agencias del Gobierno como si tuvieran el cuchillo en la boca pendientes para ponerte una multa”, comentó.

Aunque reconoció que la administración actual está implantando iniciativas para reducir la resistencia al empresarismo -como la posibilidad de hacer trámites a través de internet-, cuestionó que no se adopten modelos que ya están funcionando en otros países para promover la creación de nuevos negocios.

Mencionó, por ejemplo, a Panamá, donde en 20 minutos un empresario puede incorporar y obtener el permiso de uso por internet.

El permiso, explicó, es provisional y dura seis meses, el tiempo que debe tomar completar todos los procesos para establecer el negocio formalmente.

“Pero, por lo menos, puedes comenzar a operar y no pierdes meses de pagar la renta de un local sin poder abrirlo”, señaló Figueroa y aclaró que dicho sistema no aplica a todos los negocios.

Una petrolera, aclaró, no cualificaría para un permiso de uso por internet, pero una empresa de tecnología o de consultoría podría comenzar a trabajar casi de inmediato.

“El reto que le envío al Gobierno es que copiemos lo que está funcionando. Que en un mismo día puedas incorporar y comenzar a operar. Que no haya resistencia, sino promoción, de nuevas empresas”, manifestó el presidente de Vernet.

REPENSAR EL ENFOQUE

El Dr. Ken Colwell, director de Programas de Empresarismo de la Escuela de Administración de Empresas de la Universidad de Miami, afirmó que es falsa la creencia de que las pequeñas empresas son el motor de creación de empleos.

En cambio abogó porque el País, así como las empresas, busque un nicho en el que pueda mantener una ventaja competitiva.

Colwell fue el orador principal en uno de los paneles de la Cumbre E3 organizada por la Cámara de Comercio, y ofreció datos sobre la creación de empresas y empleos en Estados Unidos durante la más reciente recesión.

“La actividad empresarial ha crecido de forma abrupta desde el 2007”, dijo el ejecutivo de la Universidad de Miami.

Según datos presentados por Colwell, 0.34% de los estadounidenses adultos comienza un negocio todos los meses, lo que se traduce en 565,000 empresas nuevas. En el 2007, la cifra era 0.29%.

Añadió que el grupo étnico con mayor gestión empresarial son los latinos, con 0.56% de los adultos comenzando negocios.

Sin embargo, puntualizó que esas empresas no han redundado en creación de empleos, ya que la tecnología hace posible que operen mucho tiempo antes de que tengan que contratar personal.



“Queremos cumplir con el fisco, pero los empresarios tienen poca paciencia para bregar con la burocracia”

MANUEL FIGUEROA
presidente de Vernet



“Me gustó mucho la presentación de Javier Bravo (presidente de Blue Ocean Trading) porque ofreció experiencias y soluciones concretas”

RAMPHIS CASTRO
presidente de Simple Engineering

Doral en busca de más eficiencia

Sustituirá las luminarias de sus oficinas centrales a un costo de \$1 millón

POR REBECCA BANUCHI
rebecca.banuchi@elnuevodia.com

DORAL reemplazará todas las luminarias en sus oficinas centrales, en la avenida Roosevelt, con bombillas LED, de mayor eficiencia energética, mediante un proyecto en conjunto con la Administración de Asuntos Energéticos (AAE) con el que proyecta ahorrar alrededor de \$2.5 millones en un plazo de cinco años.

La sustitución de las 4,000 luminarias, que se extenderá por unos seis meses, se completará a un costo de \$1 millón, de los cuales \$300,000 provendrán de la asignación de fondos que recibió Puerto Rico a través de la Ley federal de Recuperación y Reinversión (ARRA, por sus siglas en inglés).

“Nosotros estamos convencidos de que programas que mejoren la calidad de vida de nuestras comunidades es una inversión porque ser una compañía responsable no cuesta, paga”, sostuvo durante una rueda de prensa Glen Wakeman, presidente y principal oficial ejecutivo de Doral Financial Corporation.

PIONEROS

Doral se convierte así en el primer banco en la Isla en recibir fondos del plan de estímulo federal para desarrollar proyectos de conservación energética, destacó, por su parte, Luis Bernal, director ejecutivo de la AAE.

Con el cambio de luminarias, que incluye también el área del estacionamiento bajo techo, Doral prevé ahorrar alrededor de \$330,000 al año.

En un año, el ahorro energético representa el consumo de electricidad de 293 residencias. Asimismo, en un lustro se evitaría la emisión de cerca de 5 millones de libras de dióxido de carbono (CO2).

Doral y la AAE formaron una alianza, además, para educar a los ciudadanos en materia de conservación energética. El acuerdo de colaboración forma parte del programa verde, que incluye todas las iniciativas ambientales que impulsa el banco.

Este esfuerzo abarca programas de reciclaje, medidas para reducir el consumo de papel, como incentivar el envío de los estados de cuenta a través de la internet, instalar filtros de agua para reducir el consumo de botellas con este líquido, e incluso un proyecto de reforestación que ha impactado 16 comunidades alrededor de la Isla.

Además de Doral, otros comercios han recibido recursos de los más de \$130 millones asignados a Puerto Rico en fondos ARRA.

Bernal destacó que, al presente, ya todo el dinero ha sido peticionado. El grupo de entidades privadas beneficiadas incluye cuatro instituciones de salud, una cooperativa de ahorro y crédito, tres paradores, una institución universitaria y 11 organizaciones del sector agrícola.



BERNAL (izquierda, junto a Glen Wakeman) dijo que ya otros comercios, además de Doral, ya se han beneficiado de los fondos ARRA.