

## Industria, desarrollo nacional y negocios

**Por: Fredes Luis Castro. 31/07/2017**

El ingeniero Henry Kressel fue durante 20 años investigador en los laboratorios electrónicos de la RCA, en tiempos en que era una corporación líder a nivel global. Con 31 patentes de invención a su nombre, además de formar parte de la Academia Nacional de Ingeniería de los Estados Unidos de nuestro continente, actualmente es un inversor privado y prestigioso tecnólogo. Recientemente publicó el libro [Si realmente desea cambiar el mundo: una guía para crear, construir y mantener las empresas innovadoras](#). En RCA Kressel contribuyó a la creación de pantallas televisivas planas, dispositivos láser, tecnologías de chips y sistemas de comunicaciones de variada índole. Industrias distribuidas por la geografía de su patria producían ese hardware, asegurando puestos de trabajo y multimillonarias ganancias a la firma industrial.

Hace tiempo, sin embargo, que la mayor parte de esos productos se fabrican fuera de Estados Unidos, informa Kressel, y en ninguno de ellos se mantiene como líder mundial. Las pantallas planas y artefactos televisivos se hacen en Asia, China en primer lugar, en tanto que Corea del Sur y Taiwán dominan la tecnologías de chips. Pero el declive innovador industrial de Norteamérica comenzó con la injerencia de otra soberanía asiática, la verdadera patria del fontanero “italo-estadounidense” Mario Bros, esto es [Japón](#).

El ingeniero indica que la primacía industrial electrónica de su país fue posible por las inversiones empresariales combinadas con la financiación estatal provista por generosos programas federales, a favor de la investigación y el desarrollo materializado en universidades y laboratorios corporativos. Simpatiza con las teorías de libre mercado, pero las califica como válidas para ser dictadas en “aulas felices”, que adoctrinan sobre mundos ideales. El tecnólogo sentencia: “No estamos viviendo en un mundo ideal de libre comercio porque los decisores gubernamentales manipulan el sistema a través de subsidios industriales y restricciones legales que fortalecen ciertas industrias, limitan importaciones competitivas y promueven sus propias exportaciones.” En el rubro electrónico la única ventaja competitiva, explica, es la que hace el hombre, y Japón lo comprendió.

Fue el gobierno japonés el que decidió un “bloqueo a las importaciones de

televisores y mantuvo precios internos mucho más altos que en Estados Unidos”, para subsidiar la penetración de mercados externos con sus mercancías autóctonas. Los consumidores japoneses que pagaban 500 dólares por el mismo dispositivo que compraban por 300 dólares los consumidores gobernados por Nixon, Ford y Carter, financiaron la competencia que acabó con el dominio de Washington. La producción japonesa ofertó a los norteamericanos misma calidad a menor precio, y las plantas fabriles en que trabajaban buena parte de estos últimos consumidores no resistieron. Sucede que entre apostar mayores recursos en inversiones de riesgo o relocalizar las plantas en geografías de bajos salarios, los decisores y directorios privados prefirieron lo último. Registremos esto: en vez de competir con innovación razonaron la competencia en términos de precios, y fracasaron.

Kressel resume la triunfante ventaja competitiva japonesa de los 70 del siglo pasado en tres puntos: en primer término, un esfuerzo nacional formulado por el gobierno para apoyar a determinadas industrias (no a todas), que incluyó limitar importaciones competidoras; en segundo lugar, financiamiento generoso para la instalación de plantas fabriles; y en tercer lugar, una producción de bienes de consumo masivo, a bajo precio, pero de calidad y aplicando técnicas productivas novedosas, las que demostraron ser superiores.

Sin embargo, señala Kressel, el modelo japonés reveló sus limitaciones, resultantes de un excesivo proteccionismo estatal. La inversión se rezagó y nuevos liderazgos vecinos y foráneos los reemplazaron, entre ellos los mencionados casos de Corea y Taiwán. La ventaja competitiva electrónica requiere de la innovación constante, concluye el ingeniero e inventor, y, por ende, de una inversión “oportuna” en capital y recursos humanos.

## **Desarrollismo de negocios**

El proteccionismo y la intervención estatal son condiciones necesarias, nunca suficientes, para obtener un desarrollo económico autónomo e industrial sustentable. En este sentido, es necesario contar con un Estado eficaz en la selección de las industrias con chances competitivas y en el diseño de las políticas públicas hábiles para promover las ventas externas de sus bienes y servicios. El modelo de desarrollo hacia adentro, con sus típicos y pocos ambiciosos programas de sustitución de importaciones, imposibilita un desarrollo sustentable por los déficits crónicos que le son inherentes.

Es necesario fomentar la industria nacional, por ser la mejor garantía para fugar de la periferia económica y de la consecuente dependencia. Construir industria nacional es asunto que no se logra con voluntarismo, sino con monitoreo de las condiciones de mercado y detección de los modelos de negocios y de gestión más exitosos. En el caso japonés, su éxito se hizo con proteccionismo y transferencias estatales/ciudadanas a favor de burguesías autóctonas exportadoras (esta adjetivación mercantil debe ser leída con carácter sustantivo), pero también con esquemas organizativos (o de know how) sumamente eficientes, tales como el sistema integral de producción y mejora continua vinculado a la firma Toyota.

La existencia de industrias nativas pujantes es, por lo expresado en el párrafo anterior, una materia de orden estratégico, pero en la medida que existen en un mercado capitalista son también, por regla que admite excepciones, un negocio. El conocimiento de los modelos de negocios dominantes, para su promoción y difusión por institutos de desarrollo o educativos, e implementación por iniciativas privadas solicitantes de ayuda estatal, configura un capítulo no menor a la hora de crear políticas públicas. Los [modelos de negocios](#) en la economía digital y de la internet de las cosas, reclaman una mentalidad apta para admitir colaboraciones competitivas; atender la creación de valor en los restantes componentes del rubro o género de que se trate; desarrollar capacidades para conectar con ellos (imprescindible para incrementar la propia cotización); y replegar de una edificación vertical a una orientación lateral; entre otras cosas. En definitiva, pasar de una concepción corporativa restringida a una mentalidad ecosistémica de negocios.

La agenda económica defendida por los populismos de nuestra región no debe permitir que la construcción de los mercados y de los negocios, y las nociones que los nutren sean apropiados como su patrimonio por las fuerzas conservadoras. Las ofertas de mercados y negocios propiciadas por las fuerzas conservadoras carecen de originalidad en países como Argentina, sólo piensan en términos de precios de los bienes y servicios, que asocian a la necesidad de [ajustar salarios](#). El fracaso de estas ofertas no es el de los balances de las firmas nativas parasitarias que amparan, sino el del desarrollo de toda la nación que habitamos y que con ellas compartimos.

[LEER EL ARTÍCULO ORIGINAL PULSANDO AQUÍ](#)

Fotografía: atimes

**Fecha de creación**

2017/07/31