

Puerto Rico se vende



Es viernes, 27 de febrero, el segundo día del Puerto Rico Investment Summit que comenzó el día antes, para presentar las ventajas de las leyes 20 y 22 de 2012 que benefician a inversionistas extranjeros. Estamos en el hotel del multimillonario John Paulson, el Condado Vanderbilt, escribimos con un bolígrafo negro que lee el nombre del hotel junto a su logo corporativo grabado en color dorado, sobre una libreta que lee Merrill Lynch Bank of America Corporation. El primer día del Summit, Fahad Ghaffar, director ejecutivo de Paulson & Co. contó que su compañía está muy interesada sobre construir edificios en los espacios que hoy son estacionamientos frente al mar, en el litoral de la avenida Ashford.

Los precios de entrada al Summit, \$1,500 los extranjeros, \$2,500 los puertorriqueños, daban una idea de quién podía estar en el salón. Ambos días, lleno a tope, unas 400 personas.

La vitrina se arregló para deslumbrar. Puerto Rico está a la venta para los extranjeros millonarios y la compañía Adworks, con el auspicio del Departamento de Desarrollo Económico y Comercio y UBS les montó un escaparate con todas sus ofertas de temporada: les exime de todas las contribuciones con los beneficios de las leyes 20 y 22, les acoge con los encantos naturales del Caribe y con la calidez de su gente, es un país en franca recuperación económica, con un clima divino, ofrece servicios de salud igual a los que hay en Estados Unidos, tiene mano de obra profesional que cuesta menos de la mitad de lo que se les paga allá... Eso es lo que se comentaba desde la tarima ambos días.

En el panel Opportunities for Public Private Partnerships, moderado por Grace Santana, directora de la Autoridad para las Alianzas Público Privadas y de la Autoridad para el Financiamiento de la Infraestructura, participaron Manuel Rodríguez, de la firma Pietrantonio Méndez & Álvarez, y DJ Gribbin, director de Macquarie Group. Para

Rodríguez, la transacción del Aeropuerto Luis Muñoz Marín a la empresa Aerostar ilustra varios aspectos del gobierno de Puerto Rico y es, además, una premonición de lo que nos depara el futuro:

“El gobierno de Puerto Rico está dispuesto a trabajar con sus socios, como en esta transacción complicada que se negoció por dos años y medio y que, a pesar de todo el ruido que la rodeó, el gobierno llevó a cabo con calma, porque esta es su tarjeta de presentación ante la comunidad de inversionista. Y necesitaba hacer ese alegato, de que estamos abiertos a la inversión y que el gobierno seguirá manteniendo el ambiente de inversión para transacciones como esta en el futuro”.

Rodríguez, quien tuvo un rol de asesor en el negocio, considera que la transacción del Aeropuerto a la empresa privada fue una histórica, rápida, “pretty fast”, especialmente en el contexto de unas elecciones y un cambio de administración, y aseguró que el aeropuerto sufrió de ineficiencia administrativa por más de 40 años.

Ventajas de la ineficiencia gubernamental

Esa ineficiencia del gobierno resultó en un negocio altamente rentable para Aerostar y podría serlo para gran parte del público del amplio salón donde casi nadie habla español: son personas millonarias con interés en conocer las legislaciones y exenciones contributivas que pueden beneficiarles, compañías que ofrecen servicios a ese sector, tales como gestoría de permisos, banca, bienes raíces, asesoría legal, manejo de inversiones, escuelas, salud, firmas de tecnología y funcionarios públicos.

No se mencionaron detalles sobre la rendición de cuentas de la APP del aeropuerto, más allá de que se han renovado los baños, según Rodríguez.

Después de hablar de las bondades de las APP vino una sesión de preguntas y respuestas con siete “expertos financieros”, todos hombres, mediana edad, conversando con un telón terciopelo azul y verde de fondo. La actriz Cordelia González hacía de anfitriona y animó con toques de humor al evento que en ocasiones tomaba un matiz surreal.

Llegó el almuerzo. El comedor estaba repleto de mesas llenas donde se escuchaban conversaciones animadas entre enchaquetados. Quien no llevaba traje y corbata era el secretario Departamento de Desarrollo Económico y Comercio (DDEC), Alberto Bacó Bagué, peinado hacia atrás, con un gabán marrón con parchos en los codos, mahón azul y espejuelos de lentes pequeños y ovalados con patas finas como alambre. Se paseaba entre las mesas como un capataz, orgulloso de la peña que ha logrado atraer con incentivos y todos los beneficios que ofrece la Isla a los millonarios extranjeros.

“El año pasado casi nadie sabía lo que eran las leyes 20 y 22. Ahora, los hijos de mis amigos están consiguiendo trabajo con compañías o personas bajo esas leyes”, declaró Bacó Bagué en la edición “Road to Recovery” de Caribbean Business.

La Ley 20 de 2012, “para fomentar la exportación de servicios”, promueve a Puerto Rico como centro internacional de servicios mediante la reducción de la tasa de contribuciones sobre ingresos y la exención de las contribuciones sobre la propiedad como incentivos a la permanencia de los profesionales de toda clase de servicios. La Ley 22, “para Incentivar el Traslado de Individuos Inversionistas a Puerto Rico”, concede exención contributiva respecto al ingreso y producto de inversiones, devengado por individuos que se hagan residentes de Puerto Rico. Otras leyes de interés que se presentaron a la audiencia de millonarios fueron la Ley 273, que establece el Centro Financiero Internacional, la Ley 399 que crea el Centro Internacional de Seguros, la Ley 27 que provee incentivos para la industria fílmica y el programa de visas de inversión EB5.

A pesar de todas las exenciones que los inversionistas obtienen, de la ley 22, por ejemplo, solo se les requiere mudarse a la Isla y crear tres empleos. Otro supuesto beneficio con el que sueña esta administración es que los millonarios extranjeros inviertan y consuman en Puerto Rico. Así se beneficiará el país, dicen.

En la convención, las preguntas a los panelistas se enviaban por mensaje de texto. ¿Qué piensan de la reforma fiscal?, leyó la moderadora. Se hizo el silencio en el ballroom. Uno de los “expertos” saltó y dijo: “Eso está por verse”. Pero otro, Juan Guillermo Herráns, de la firma Merryl Lynch, no se cortó, y afirmó: “Depende de a qué sector económico pertenezcas. Si estás en el sector económico de clase baja, te va a afectar más. Si tienes muchos activos e ingresos, la realidad es que los gastos básicos son un pequeño por ciento de tus gastos anuales o de tu riqueza, así que poner impuestos a una pequeña parte de tu riqueza no te va a afectar”.

Luego del almuerzo fue la presentación de Margaret Pena Juvelier, sobre el mercado de bienes raíces en Puerto Rico, un mercado con un problema particular que un colega de su industria confesó por lo bajo: en Puerto Rico no hay en suficientes propiedades de más de \$2.5 millones para atender las demandas de los nuevos millonarios. Sin embargo, mientras la presidenta de Sotheby’s en Puerto Rico hablaba, se mostraba en las pantallas a los laterales de la tarima imágenes de mansiones lujosas que ilustraban el “buen gusto” de los puertorriqueños en la arquitectura. Para animar al público, Pena Juvelier recordó que al llegar a la Isla hace dos años y ver un McDonalds se sintió como en casa, al igual que su esposo, quien se emocionó al ver que había Krispy Kreme. Juvelier comentó que en Puerto Rico no hay problemas de seguridad.

Por su parte, Carlos Ubiñas, CEO de UBS en Puerto Rico, comentó el día anterior que “uno camina por Puerto Rico y no tiene la sensación de que hay un alto nivel de desempleo”. Claro, depende de por dónde se camine.

Quizá DACO debió estar allí para vigilar los anuncios engañosos.

Al hablar de los servicios públicos de salud y oferta escolar, el gobierno tiró la toalla. No trajo a gente de una escuela modelo, o una especializada, o de las que han implantado el modelo Montessori, para hablar de las aspiraciones y oportunidades que estas ofrecen a sus hijos. No. Vinieron las escuelas privadas Tasis Dorado, Robinson School, Baldwin School, Parkville School y St. John’s School a hablar sobre la tecnología en el salón de clases, la integración de la familia al ambiente escolar, el énfasis en ciencias y matemáticas, la competitividad de los estudiantes de esas escuelas para entrar a universidades norteamericanas.

“Es como si el gobierno hubiese renunciado totalmente a su capacidad de ofrecer servicios de calidad”, comentó una colega periodista.

A cierre del evento, la consultora en temas de filantropía Janice Petrovich proyectó la realidad incómoda, la que tal vez no habían ido a escuchar los inversionistas. Vino a hablarles de pobreza, de desigualdad, de cómo darle algo a Puerto Rico, en lugar de solo pensar en llevarse una parte del bizcocho. Claro, para entonces, quedaba una veintena de participantes:

“Les voy a pedir que ajusten su oídos ya que en los últimos días hemos oído mucho de los beneficios de mudarse a la Isla y todos los incentivos fiscales y del buen clima del que se pueden beneficiar. Pero, el enfoque que me interesa es el de la inversión social, que es, cómo puedo devolver. Ya escuchamos sobre las cosas maravillosas que Puerto Rico tiene para ofrecer como excelentes restaurantes, CVS y el servicio postal de los Estados Unidos. Pero escuchamos menos sobre los retos económicos que enfrentan los puertorriqueños. Los niveles de pobreza aquí son más altos que en Mississippi que es el estado más pobre de los Estados Unidos. De hecho, 45% de los puertorriqueños viven bajo el nivel de pobreza. Además tenemos niveles muy altos de desigualdad”.

Al salir de la convención, tomamos el mismo camino que inevitablemente tomarían muchos a los que minutos antes se les vendía la Isla como la maravilla del Caribe: la avenida Ashford en dirección a San Juan. Junto al paisaje litoral, luce también la estética arquitectónica predominante en muchas partes de Puerto Rico, la del deterioro. Aquí, varios edificios abandonados rodean al edificio Miami, un escenario que evoca más a un paisaje post bélico que al de una isla tropical idealizada, como la que el gobierno vendió, entre el jueves y el viernes, a los inversionistas millonarios del extranjero.

El DDEC ya ha visitado Dallas, Texas, Nueva York y Miami, Florida, para promociones similares. “Como parte de esas gestiones se han hecho presentaciones acerca de las leyes de incentivos a bufetes importantes como Baker &

McKenzie, Carlton Fields Jordan Burt, Bilzin Sumberg, Goldman Felcoski & Stone y Comiter Singer Baseman & Braun, entre otros. El propósito principal de las reuniones es orientar a los bufetes cómo sus clientes pueden beneficiarse de los incentivos, dependiendo del tipo de negocio o servicio que ofrezcan”, informó la agencia Cyber News al entrevistar a Bacó Bagué.

Publicado originalmente por el Centro de Periodismo Investigativo.