

CARLOS CASAS TRAGODARA

Profesor de la Universidad del Pacífico



La necesidad de cambiar la imagen de la empresa privada en el Perú

La mejor actitud de una compañía debe ser mantenerse competitiva, afrontando la competencia con las mejores herramientas posibles y con el desarrollo de nuevos productos y métodos.

Los países que innovan (desarrollan nueva tecnología o productos) tienden a crecer más que los que imitan.



Partamos de lo básico. Las empresas privadas son el principal motor de la economía, de ello no hay duda. Sin inversión privada no existe crecimiento sostenible posible que permita ampliar el empleo, mejorar los ingresos de los trabajadores y aumentar la recaudación de impuestos que permite al Estado contar con recursos para atender las necesidades de la población. Un problema aparte es que el Estado muchas veces no hace bien las cosas porque le faltan gestores profesionales y bien remunerados.

Partiendo de nuestra premisa veremos que hay una tarea ardua por llevar a cabo porque existe una amplia desconfianza de la población hacia el sector privado. Según diversos análisis solo uno de cada cinco peruanos confía en las empresas privadas. Aquí tenemos un problema serio porque el principal motor de la economía no cuenta con el apoyo de la ciudadanía. Es como subirnos a un avión y que de cada cinco pasajeros solo uno confíe en que el vuelo va a ser bueno. Ello es preocupante.

Esto no implica que tenga que ampliarse las actividades de responsabilidad social que vienen llevando exitosamente algunas empresas. Es deseable, pero no suficien-

te. Algunos podrían decir que la única responsabilidad social que les compete a las empresas es generar utilidades para maximizar el valor para los accionistas como lo mencionó alguna vez Milton Friedman. Esta parte es la única que se cita, pero debemos decir que la frase completa agrega "mientras se ajusten a las normas básicas de la sociedad, es decir, tanto al marco de la ley como a las costumbres éticas".

Aquí es donde surge el problema, porque esto implica muchos matices. Podríamos tener una empresa que realiza muchas actividades de responsabilidad social pero que no se comporta éticamente. Eso no agregaría valor a la sociedad. El caso inverso sería mucho más deseable porque si se cumplen con todas las normas laborales, se pagan todos los impuestos que se tienen que pagar y se cumplen las normas éticas entonces la sociedad estaría mejor en el segundo caso. Estos son casos extremos obviamente. Lo óptimo sería una empresa que se comporte según los criterios de Friedman y haga actividades de responsabilidad social.

El punto importante, como siempre, es que el sector empresarial es muy heterogéneo y que existen muchos

tipos de empresas no sólo por tamaño, sino por comportamientos hacia la sociedad. Aquí entendemos esto como cumplir con las normas. Y la heterogeneidad es lo que pasa la factura al sector empresarial porque los malos ejemplos son los que quedan en la memoria de la gente. Una empresa multada o enjuiciada por malas prácticas hace que el estigma se esparza a todos. Igual ocurre con el Estado o la sociedad civil.

Esto nos debe llevar a pensar en que todo responde a los incentivos que existen en la sociedad. Mucho se habla de los empresarios mercantilistas que sólo buscan desarrollar una serie de relaciones para mantener sus privilegios. Debemos pensar que ello es lógico pero puede ser desmesurado si es que no existe un mecanismo que desincentive este tipo de comportamiento.

La mejor actitud de una empresa debe ser mantenerse competitiva, afrontando la competencia con las mejores herramientas posibles y con el desarrollo de nuevos productos y métodos. En suma, la innovación. Si no innovamos, copiamos lo mejor. Pero debemos mencionar que copiar tiene un límite. Los países que innovan (desarrollan nueva tecnología o productos) tienden a crecer más que los que imitan.

El proceso de creación destructiva hace que los empresarios más competitivos y creativos sean los que prevalezcan y ello beneficia a toda la sociedad porque permite mejorar los niveles de vida de la población. Una competencia sana y en donde se protejan los derechos de propiedad tiene un impacto positivo.

Existen muchas buenas prácticas a nivel internacional con respecto al comportamiento de las empresas. El tema ambiental, de mejor el ambiente de trabajo, de respeto a los derechos humanos y buenas prácticas en general se han puesto de moda. Muchas empresas vienen adoptando estas prácticas, pero queda la duda de si lo hacen por convencimiento o por obligación. Esto es algo en lo que se debe trabajar.

Las mismas empresas o gremios deben exponer a aquellos que realizan malas prácticas. No debe haber espíritu de cuerpo. Por otro lado, quizás lo más importante, es que los incentivos deben cambiar. Todos los agentes responden a estos. Por ello, una estrategia donde se combine un buen desempeño de las empresas desde el sector empresarial y se puedan eliminar incentivos que induzcan al comportamiento mercantilista y fomenten una buena competencia sería una fórmula ganadora.

Esto implica trabajar en un mejor marco regulatorio, la defensa de los derechos de propiedad (mejor justicia y seguridad) y en la creación de un entorno que premie la innovación. La tarea es ardua y tomará tiempo. Pero si no empezamos ahora tendremos problemas de crecimiento. Esto quiere decir que todos deben participar, no todo depende del Estado. El mismo sector privado tiene que trabajar en reinventarse. Hay muy buenas experiencias que deben empezar a replicarse y difundirse y ser más proactivos. Debemos empezar a recuperar la confianza entre todos.

“

Las mismas empresas o gremios deben exponer a aquellos que realizan malas prácticas. No debe haber espíritu de cuerpo”.