

El Comercio abre sus páginas al intercambio de ideas y reflexiones. En este marco plural, el Diario no necesariamente coincide con las opiniones de los articulistas que las firman, aunque siempre las respeta.

CAMBIO EN EL PARADIGMA EMPRESARIAL

El capitalismo se reforma



JORGE Medina Méndez

Inversionista ángel y director de empresas

Luego de más de cuatro décadas, el Business Roundtable (BRT), la organización que congrega a casi 200 CEO de las empresas más poderosas —entre ellas Apple, Amazon, VISA, JP Morgan, Johnson & Johnson, Walmart, Procter & Gamble, IBM y AT&T— rompió con un modelo de gobernanza empresarial que sostenía que las corporaciones existen principalmente para servir a sus accionistas. El BRT emitió la Declaración sobre el Propósito de una Corporación (DPC) comprometiéndose explícitamente a generar valor a todos sus 'stakeholders': clientes, empleados, proveedores, comunidades y accionistas.

Esta declaración, que en buena cuenta plantea una reforma al sistema capitalista, no ha podido ser más oportuna, pues cada vez más personas recurren a las grandes empresas ante la inoperancia de las políticas públicas incapaces de solucionar sus imperativos económicos y sociales. El Edelman Trust Barometer de este año, por ejemplo, señala que el 76% de la población mundial ve a los CEO como agentes de cambio. Pero no solo son los ciudadanos. Varios inversionistas importantes piensan igual.

Por ejemplo, Larry Fink, el CEO de BlackRock, la mayor gestora privada de fondos del mundo, ha hecho enérgicos llamados a las empresas en las que invierte instándolas a desarrollar estrategias de largo plazo que no solo logren resultados económicos sostenibles, sino que contribuyan positivamente a la sociedad, beneficiando a todas las partes interesadas. Sin un sentido de propósito, dice Fink, ninguna empresa alcanzará su máximo potencial, sucumbirá a presiones y perderá la confianza de sus 'stakeholders' por sacrificar el largo plazo.

Pero Fink no está solo. El movimiento global Capitalismo Consciente —creado por John Mackey, fundador de Whole Foods Markets, y por el profesor Raj Sisodia, de Babson

College— busca conectar, inspirar y activar a empresarios en diferentes regiones del mundo para ser verdaderos agentes de cambio. A su turno, Nick Hanauer, inversionista y uno de los pensadores más provocadores sobre el capitalismo y la creciente desigualdad social, argumenta a favor de una economía inclusiva, adaptable y con un propósito que beneficie a toda la sociedad.

De otro lado, académicos como el profesor de Harvard Michael Porter hablan de la importancia del valor compartido, que interrelaciona la competitividad y rentabilidad de una empresa con la salud de las comunidades en las que opera. Mientras que B Lab, otra iniciativa global, redefine el sentido de éxito de las empresas como: solucionar problemas sociales y ambientales a partir de los productos y servicios que comercializan. Hoy existen alrededor de 3.000 empresas en el mundo certificadas como B Corp.

La forma de hacer negocios está cambiando, pues no existe contradicción alguna entre resolver las necesidades humanas y ganar dinero. Cada vez hay más empresas que miden sus resultados utilizando índices humanos y socioambientales con la misma rigurosidad con que usan índices financieros.

Lo que hacen todas estas iniciativas es incorporar a los fundamentos del capitalismo elementos como el propósito, el liderazgo, la interdependencia con todas las partes interesadas y la cultura empresarial, basadas en la integridad, la confianza y la colaboración, con el fin de ayudar al desarrollo del mundo.

Y nada de esto es caridad o filantropía. Existe suficiente evidencia de que las empresas que tienen un elevado sentido de propósito, que tratan bien a sus empleados, que respetan el medio ambiente, que consideran a sus clientes y proveedores no como medios o instrumentos sino como fines en sí mismos, que articulan sus estrategias incorporando en ellas a las comunidades en las que operan, tienen resultados asombrosamente superiores. Por ejemplo, el estudio mencionado en el libro "Firms of Endearment" muestra que el rendimiento acumulado de las inversiones hechas en empresas conscientes durante el período de 1998 al 2013 superó en seis veces al

rendimiento de las inversiones hechas en las empresas incluídas en el libro "From Good to Great" de Jim Collins, y en más de 14 veces al rendimiento de las inversiones hechas en las empresas S&P500.

En un contexto global de desconfianza en el capitalismo, la DPC emitida por el BRT augura una nueva era en el pensamiento empresarial y puede ayudar a restaurar la fe en los negocios y en los mercados, reforzando el concepto de que el capitalismo es el mejor sistema creado para generar bienestar.

En el plano local, un grupo de líderes empresariales peruanos viene hablando de cuestiones que subyacen a sus gremios e industrias. Una muestra de ello es que pronto traerán al Perú al profesor Raj Sisodia, uno de los fundadores del movimiento Capitalismo Consciente, para ser el expositor principal en la conferencia sobre negocios globales que organiza la UPC el 8 de noviembre, a la que asistirán importantes líderes empresariales. Será una buena oportunidad para reflexionar sobre el rol corporativo. —



“Existe suficiente evidencia de que las empresas que articulan sus estrategias incorporando en ellas a las comunidades en las que operan tienen resultados asombrosamente superiores”.



ILUSTRACIÓN: VÍCTOR AGUILARRÚA

DETRÁS DEL 'BLACKFACE'

El “disfraz” de Trudeau



DANIELA Meneses

Periodista y abogada

La semana pasada, la revista "Time" publicó una foto del primer ministro de Canadá disfrazado de Aladino en una fiesta. El problema estaba en lo que acompañaba a su ropa: había pintado su piel de un color más oscuro. Sí, Justin Trudeau hizo 'blackface'. O, para ser más precisos en este caso, hizo 'brownface'. Como era de esperarse, tras la publicación, el primer ministro admitió que, aunque entonces no lo vio, su conducta fue racista. También sostuvo que previamente había hecho 'blackface' en una noche de talento escolar, al cantar una canción tradicional jamaicana. Desde entonces se ha conocido un tercer episodio, esta vez en video.

El académico Moustafa Bayoumi despiezaba en una columna el primer escándalo: en las fotos disponibles, Trudeau es la única

persona que se ve usando maquillaje; se había pintado no solo la cara, sino también el torso y las manos ("imagínense cuánta preparación y acciones (¡y maquillaje!) deben habersenecesitado"); ya no era un niño, tenía 29 años; la fiesta tuvo lugar en el 2001, "no en 1901".

Para entender por qué el 'blackface' es un acto tan dañino, quizás tendríamos que comenzar por la historia. Como bien explica la nota del "Time" en cuestión, existe en Norteamérica "una larga y dolorosa historia de actores blancos oscureciendo sus caras para degradar y deshumanizar a los afroamericanos —una práctica que se hizo popular por los shows minstrel en el siglo XIX—. El 'blackface' continuó en el siglo XX en shows de Broadway y en películas de Hollywood". Y agreguemos también aquí el orientalismo, un término usado para hablar de las concepciones que tiene Occidente sobre Asia, especialmente aquellas construidas con estereotipos e ideas más bien coloniales.

Sobre ese pasado se ha construido una práctica que hoy sigue alimentándose y alimentando los estereotipos y caricaturas. Que sigue, como decía Bayoumi, generando una distancia entre personas no blancas

y blancas "para la diversión de la cultura dominante. Nada resalta más la blancura que una persona blanca temporalmente y exageradamente dejando la blancura y actuando como una persona de otra raza. ¿Por qué? Porque las pantomimas raciales no son realmente sobre disfraces o humor, sino sobre poder. El poder de degradar a las personas de otra raza, de ridiculizar las maneras de otra etnia, y el poder de hacer que el racismo se vea como una diversión sana".

El 'blackface' trata el ser negro, o árabe, o andino, o asiático —o lo que sea que no sea blanco— como algo que puede ser temporal. Como algo de lo que se puede salir y entrar. Pero, como dirán todas las personas no blancas que han vivido en sociedades racistas, no hay nada más, por decir lo menos, ingenuo que creer eso. Porque el racismo está en todas partes, y no hay pintura blanca que te salve.

Entonces, ¿qué hacemos con el 'blackface' y el 'brownface' de Trudeau? Sugiero seguir a Philip S.S. Howard, profesor de la Universidad McGill, que estos días ha llamado a ver más allá del caso canadiense. "Cuando optamos por individualizar los incidentes del 'blackface', cuando decidimos solamente

concentrarnos en etiquetar a la persona que usó 'blackface' como 'racista' [...], estamos ayudando a hacer algo que absuelve a todo el mundo —principalmente a nosotros mismos— de pensar en nuestras implicaciones en conductas antinegras".

Es así que terminamos en el Perú. Un país donde no se cuestiona a los programas cómicos que incurren en esta práctica racista ni a quienes la usan para acompañar sus disfraces. O, al menos, no lo suficiente. ¿Cuántos recordamos por ejemplo que, tan solo el mes pasado, Alerta Contra el Racismo denunció una caracterización en 'blackface', supuestamente cómica, del futbolista afroperuano Jefferson Farfán? ¿A cuántos nos importó lo suficiente para manifestarnos en contra?

Pienso en todo esto mientras leo el libro "How To Be An Anti-Racist" (Cómo ser antirracista), que espero sea tema de una columna futura. Allí, el historiador Ibram X. Kendi nos llama, entre otras cosas, a pensar en cómo no basta con ser neutros frente al racismo. Y entonces pienso que no basta con no reírnos del chiste, no consumir el programa o no votar por el político. Tenemos que hacer más. —