

Capitalismo (in)consciente, por Diego Macera

“Simplemente no hay otra manera de hacer empresa que creando riqueza y repartiéndola entre dueños, trabajadores, proveedores, clientes y gobierno.”



"Hay varios motivos tradicionales por los que una empresa quisiera sumarse a la causa. Puede que presiones del mercado, de sus clientes o financistas, la fuercen a tener prácticas más inclusivas".



Diego Macera

Gerente general del Instituto Peruano de Economía (IPE)

Lima, 30 de enero de 2020

Actualizado el 30/01/2020 09:09 a.m.

¿Qué rol deben cumplir las empresas en una sociedad moderna? ¿El capitalismo tradicional debe reinventarse en un mundo con demandas sociales y ambientales crecientes? Esas son algunas de las preguntas más interesantes discutidas a nivel global en los últimos años. Alrededor de estas interrogantes se han ido tejiendo varias narrativas que, como cualquier buena narrativa, suele desarrollar su propio lenguaje. De ahí se han desprendido conceptos como valor compartido, sostenibilidad empresarial, capitalismo verde, empresas B y otros que empiezan a entrar –cada vez con más fuerza– a los directorios corporativos.

La hipótesis es más o menos la siguiente: además de generar ganancias, las empresas tienen un rol social que jugar. De paso, al

La hipótesis es más o menos la siguiente: además de generar ganancias, las empresas tienen un rol social que jugar. De paso, al integrar las necesidades de sus proveedores, clientes, comunidad, gobierno y ecosistema en sus modelos de negocio, también están colocando las semillas de su propia **sostenibilidad**.

No son pocos los que se han sumado a esta visión. Klaus Schwab, fundador del Foro Económico Mundial, viene proponiendo desde hace medio siglo reemplazar el **capitalismo** de accionistas por el capitalismo de valor compartido. El año pasado, la Business Roundtable (BRT), una suerte de Confiep para gerentes generales de EE.UU., redefinió el propósito de una corporación, poniendo los intereses de la sociedad a la par de los intereses de los accionistas. Ni Schwab, ni la BRT, ni otros en el mismo barco, son pasibles de sospecha de ser anticapitalistas o antisistema. El cambio viene de dentro, y puede ser para mejor.

También hay varios motivos tradicionales por los que una empresa quisiera sumarse a la causa. Puede que presiones del mercado, de sus clientes o financistas, la fuercen a tener prácticas más inclusivas. Para atraer talento de nuevas generaciones, algunas reinversiones serán útiles. Anticiparse a cambios regulatorios, o curarse en salud, en ocasiones sale más barato. En el caso de empresas en zonas de conflictividad social, incluir ese “extra” en sus procesos puede ser la diferencia entre operar o no. Para varias firmas tiene sentido económico sacrificar ganancias en el corto plazo para mejorar las chances de seguir vigente en el largo, pues las nuevas conciencias sociales y ecológicas imponen una fuerte presión sobre sus procesos.

En estas discusiones, sin embargo, hay un componente clave que pasa desapercibido. Una compañía que cumple la ley, invierte, contrata gente, crece, tiene éxito en un mercado competitivo y paga correctamente sus impuestos es una compañía que ya cumple un enorme fin social. Aunque pueda ser deseable, no es necesario agregarle otro. En esta óptica, las expresiones “**capitalismo**