

ROLANDO ARELLANO

Presidente de Arellano Márketing y profesor de Centrum Católica



Bienvenidas las grandes empresas

Hace poco más de 10 años, el empresariado tradicional peruano empezó a mirar más allá de su entorno cercano y encontró que en las zonas periféricas y en las provincias existían millones de clientes y consumidores desatendidos. Esta revelación generó gran parte del crecimiento actual del país, pues permitió a las empresas multiplicar por 3 o 4 su mercado y sus utilidades, a la vez que generó un país más integrado. Hoy podría estar empezando una revolución similar para el empresariado, pero hacia adentro, pues sus asociaciones parecen empezar a entender que su campo de acción no solo abarca a sus amigos grandes y cercanos, sino que es mucho más amplio.

Revisando la historia, las asociaciones de empresarios peruanos, como la Sociedad Nacional de Industrias (SNI) y la Asociación Nacional de Exportadores, luego agremiadas en Confiep, han sido el punto de encuentro de las empresas con un fin básicamente defensivo. Formaban así lo que en el mundo se llama sindicatos empresariales, al igual que lo que formaban sus trabajadores.

Pero, con algunas excepciones, como las cámaras de comercio, sus miembros fueron básicamente las grandes empresas, responsables de la mayor parte de la producción y las de mayor peso relativo en la economía. Ellas se reunían, y lo siguen

haciendo, en grupos bastante exclusivos como las CADE (Conferencia Anual de Ejecutivos) y eventos similares; y si tenían socios pequeños, les daban lugar en una mesa diferente.

Por ello, el 99% de pequeños o medianos que no estaba invitado a ese baile generó denominaciones nuevas para su actividad, 'propietario de empresa', 'pequeño industrial' o 'emprendedor', para diferenciarse de los grandes autodenominados empresarios.

No sorprende entonces que un estudio citado en la última CADE por el presidente de la SNI, Luis Salazar, diga que la mayoría de la población peruana desconfía de los empresarios.

Esto se debe sin duda a que esa palabra en el Perú se ha utilizado solo para los grandes, excluyendo a los muchos millones de pequeños y medianos que están en todos los lugares del país, y que sí tienen la confianza de la gente.

Felizmente, aunque no es un discurso nuevo, podrían sonar vientos de renovación si se concretan

INJUSTO
Las grandes empresas se reúnen en grupos exclusivos y, si tienen socios pequeños, les dan lugar en una mesa diferente.

CAMBIO
Habría vientos de renovación si se concretan los objetivos de Alfonso García-Miró.

los objetivos declarados de Alfonso García-Miró, el flamante presidente de Confiep, y de Ricardo Briceño, ex presidente de esa confederación y organizador de la próxima CADE, que buscan mayor "inclusión" de pequeños y medianos en sus actividades.

¿Para qué servirá ese cambio, si se diera? Para mucho. En primer lugar, porque así grandes y pequeños podrán conocerse, y, tal como pasó en los mercados, podrán entenderse al ver que no son especies distintas, sino solo tamaños diferentes de la misma criatura.

En segundo lugar, porque permitirá que trabajen juntos, como sucede en Suiza o en Corea, donde chicos y grandes son parte de la misma y eficiente cadena productiva.

Y, en tercer lugar, por el interés propio de estas asociaciones, ya que tener asociados a la mayoría es su mejor —si no su única— garantía de supervivencia en un mundo donde la exclusividad mal entendida es una debilidad.

Y por ello nos permitimos gentilmente discrepar con lo que señala el nuevo presidente de Confiep, que "las grandes empresas se defienden solas mientras que las pequeñas necesitan de la ayuda del gremio", pues la historia ha demostrado que es exactamente lo contrario.