

Empresarios y política: la agenda de los próximos meses

04/12/2019



Las últimas revelaciones sobre los aportes de algunas de las empresas más grandes del país a la campaña de Keiko Fujimori para las elecciones de 2011 han desnudado, una vez más, las precariedades institucionales en que aún nos movemos. Precariedades en al menos dos sentidos. En primer lugar, en las relaciones entre partidos políticos y sector privado, sobre las cuales ya existían regulaciones (ley de donaciones de campaña, ley de lobby, etc.) sobre el tipo de relación que -idealmente- debían construir. En segundo lugar, operó una precariedad de los sistemas de alerta y fiscalización del Estado Peruano: en casi diez años, ni la Superintendencia de Banca y Seguros, el Congreso, la fiscalía o incluso el proactivo periodismo nacional pudieron detectar ese pacto de sangre y silencio entre Fujimori y Romero, que sólo el equipo especial Lava Jato pudo desenmarañar atrayendo a parte de la elite empresarial hacia el sinceramiento de los hechos de 2011.

Como han señalado varios analistas, la primera lectura que nos

deja el caso de los empresarios peruanos es lo limitado de su análisis político, particularmente sobre la naturaleza de la candidatura de Ollanta Humala. Ello puede responder a la muy mala costumbre de escuchar solamente a aquellos a quienes consideran ideológicamente cercanos (un ejemplo son los mismos CADE donde sólo se suele convocar a voces amigas). Como señala Marco Sifuentes en su libro sobre los Humala[1], ya desde 2006 Nadine Heredia mostraba signos de *aggiornamento* a los intereses de las clases altas limeñas. Ollanta Humala, por su parte, se había distanciado de su familia (y, con ella, de Antauro Humala) desde la campaña de ese mismo año. Un analista desapasionado podía encontrar en 2011 a un Humala en búsqueda de identidad, aglutinando para sí a todo aquel que se oponga al fujimorismo, antes que bandera de un proyecto “chavista”.

Pero el caso de los aportes también deja la pregunta sobre qué clase de gobierno interno manejan las principales empresas del Perú. Uno de los pilares de la “gobernanza corporativa” - concepto que se ha popularizado en los últimos años de la mano de las grandes consultoras empresariales- es la transparencia, particularmente en la relación entre gerente, directores y accionistas. Mientras los ciudadanos son exigidos de cumplir la legislación sobre bancarización de grandes depósitos, pago de ITF y otras medidas por la transparencia, el caso de los aportes secretos no bancarizados por parte de las cabezas de los mismos bancos deja expuesto al sector empresarial a las críticas de la opinión pública.

El panorama a futuro es incierto: el golpe a la imagen de las empresas coincide con el próximo realineamiento político del gran empresariado de cara a las elecciones de 2020 y 2021. Con el decaimiento del fujimorismo y del aprismo como opciones viables, vienen surgiendo nuevos sectores que disputarán la centroderecha (Acción Popular, Partido Morado, Alianza para el Progreso, entre otros). Sin embargo, las próximas elecciones probablemente encuentren a un sector privado más cauto en sus apuestas políticas. ¿Hay espacio para que las empresas aporten

algo -que no sea dinero- en las campañas electorales venideras? Pues sí: como en todos los procesos electorales, se requiere información (evidencia) y discusiones profundas con los candidatos sobre las políticas que funcionan y no funcionan, de cara al cambio de gobierno. Esta es una tarea que el gran empresariado podría encomendar a un equipo dentro de alguno de los gremios o a un *think-tank* o *do-tank* alineado a sus prioridades, como parte de una discusión que no solo corresponde a ellos realizarla. Sin duda esta es una inversión que -además de legal- haría un gran bien a la calidad de las campañas electorales.

Para los empresarios, es un buen paso la contrición demostrada durante el último CADE: todos los procesos de reforma pasan por aceptar el problema y reconocer el rol que las empresas han tenido en su generación. Una tarea por realizar en esta dirección es buscar confluencias entre estándares a seguir y las prácticas de la gobernanza corporativa, particularmente las que tocan su siempre delicada relación con el espacio público.

[1] Sifuentes, M. (2018). *H&H – Escenas de la vida conyugal*. Grupo Planeta – Perú.