

# Crisis política: pronunciamientos firmes mejorarían reputación empresarial

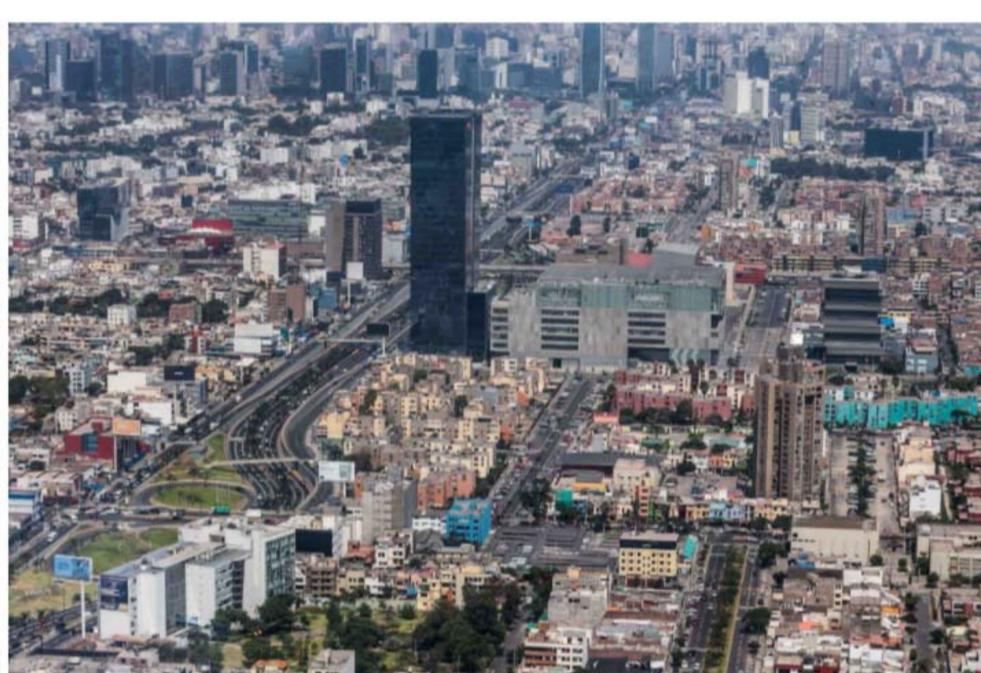
Las empresas peruanas tienen la oportunidad de fortalecer su imagen frente al consumidor si deciden pronunciarse con claridad ante la crisis política.



Por **Luciana Flores**

13 de noviembre de 2020

🕒 Lectura de 3 min



La coyuntura política se presenta como una oportunidad: las empresas peruanas **podrían revertir la narrativa antiempresarial que prima en la opinión pública. Aquellas que decidan hacer pronunciamientos firmes sobre la situación política, podrían capitalizar dicho esfuerzo, dada la necesidad actual de referentes.** “Si una empresa no se involucra de manera activa, asumiendo actitudes gremiales de presión para que prevalezca el estado de derecho, el respeto a las instituciones, etcétera, lo que está haciendo es suicidarse, dispararse al pie”, explica Flavio Pantigoso, *chief creative officer* y fundador de Zavalita.

Los escándalos de corrupción de los últimos años han perjudicado la reputación de las grandes empresas peruanas. Según el último estudio de Opinión Pública de Datum, **solo el 21% de peruanos considera que las grandes empresas se preocupan por el desarrollo del país, y el 59% piensa que pagan coimas para obtener lo que necesitan.** “El prejuicio sobre el sector es que se acomoda y busca el poder. Ese elemento está presente en la manera cómo juzga la gente los comunicados”, señala Gabriel Ortiz de Zevallos, presidente ejecutivo de Apoyo Comunicación.

Tanto el comunicado emitido por la Confiep como el emitido por la CCL, SNI, Adex, entre otros, se perciben **ajenos a la situación**, al centrarse en “hacer un llamado a la serenidad” y “mantener la calma de la población a fin que no afectemos nuestra economía”. “Se ha visto muy criticado, mientras no haya una aceptación de la realidad de parte de las empresas se va a perpetuar la idea de distancia y divorcio con la población”, apunta Miguel Antezana, profesor del diploma internacional en comunicación corporativa de Esan.

Por otro lado, el comunicado emitido por Ipaef es mejor recibido, al sentar los principios que defiende, tomar posición sobre el accionar político del Congreso y solicitar acciones concretas como “el pronunciamiento del Tribunal Constitucional” y que se “realicen las investigaciones correspondientes”. Además, el pronunciamiento similar hecho por Ipaef, durante el proceso de vacancia anterior, transmite coherencia hacia su pronunciamiento actual, lo cual **reduce el riesgo de aparentar oportunismo**, explica Gonzalo Carranza, director general de LLYC Perú.

Los pronunciamientos individuales serían más efectivos que los gremiales, debido a que los segundos requieren consenso entre todas las empresas que lo conforman para poder publicarse. “Los pronunciamientos de los gremios se sienten tibios al momento de conciliar las ideas de todas las empresas que los comprenden”, añade Carranza.

Tags:

reputación empresarial

Confiep

CCL

Adex

IPAef