



¿Un año perdido para las mexicanas?

Contrario a las extranjeras, las empresas nacionales no lograron visibilizarse como agentes de cambio en la 4T

El fin de año alcanzó a las empresas mexicanas sin que pudieran remontar ante los corporativos extranjeros que una, otra y otra vez más le extendían la mano al presidente López Obrador.

¿Cuestión de estrategia o de miopía? Lo cierto es que, en el balance del primer año de la autodenominada Cuarta Transformación, las empresas extranjeras que operan en México consiguieron tender un vínculo más estrecho y hacerse más visibles como actores de cambio ante los ojos de quien dirige el país, respecto de las propias empresas mexicanas.

¿Alguna estrategia dirá que esto es atinado?

Desde el 18 de diciembre del 2018, cuando la suiza Nestlé anunció la primera gran inversión privada de este sexenio, hasta el 17 de diciembre de este año, cuando le tocó el turno al director ejecutivo de la estadounidense AT&T, las empresas extranjeras no dejaron de desfilar por Palacio Nacional para tomarse la foto con el presidente, manifestando confianza y ofreciendo cooperación.

Ahí estuvieron la canadiense Hydro-Québec, la automotriz china Baic, la estadounidense Pfizer. Quedaba claro que entre la diversidad de empresas extranjeras con operación en México había respaldo a la gestión de López Obrador.

En esas reuniones entre el sector privado y la Presidencia, un común denominador que se ventilaba una y otra vez eran los atributos de responsabilidad social de las empresas.

Que si la planta de Nestlé reutilizaría el bagazo de café para producir energía; que si la operación de Hydro-Québec tenía un beneficio para el medio ambiente al ser energía limpia, tal como reconoció López Obrador; que si Baic se alineaba a la prioridad presidencial de impulsar el desarrollo económico y social del sureste mexicano, o que si Pfizer destinaría 8% de su inversión total a proyectos de impacto social y educativos.

Sin duda, las empresas extranjeras lograron ver que la responsabilidad corporativa les permitía llamar la atención del presidente y encajaba con su visión de “dimensión social y ética” de las organizaciones, referida una y otra vez durante sus conferencias matutinas.

Y mientras, las empresas nacionales brillaban por su ausencia... Excepcionales han sido los casos de Slim y Bremer.

Carlos Slim consiguió colocarse a la cabeza de los empresarios en las gestiones del Programa Nacional de Infraestructura, convirtiéndose en participante activo al lado de cámaras empresariales y dependencias de gobierno.

Incluso el pasado 26 de noviembre, cuando el Ejecutivo presentó el Plan Nacional de Infraestructura en Palacio Nacional durante su mañanera, el empresario estuvo sentado en primera fila de los asistentes.

Por su parte, Carlos Bremer se hizo notar cuando adquirió la mansión decomisada a Zhenli Ye Gon a través del esquema de “subasta social”, que este gobierno ha implementado para canalizar los recursos obtenidos a población vulnerable o grupos con alguna necesidad particular.

En el caso de la mansión de Ye Gon, los recursos se utilizaron para ofrecer más de 500 becas a deportistas que participaron en los Juegos Panamericanos de Lima 2019.

Tanto Slim como Bremer, incluso, estuvieron hace unos días conversando en Palacio Nacional con el presidente y directivos de ligas de beisbol, lo que demuestra el estrecho acercamiento que han conseguido estos dos empresarios mexicanos con López Obrador.

Esperemos que, luego de este año desaprovechado, más empresarios mexicanos asuman un rol proactivo y de liderazgo ante el gobierno federal, entendiendo el valor que tienen los atributos de responsabilidad social de sus marcas y empresas para fortalecer esta relación.

*DIRECTOR GENERAL DE EXPOK, AGENCIA DE ASESORÍA Y COMUNICACIÓN EN RESPONSABILIDAD SOCIAL Y SUSTENTABILIDAD.