



RED EMPRESARIAL
EL ESPACIO DE LOS EMPRESARIOS

Por Alonso G. Castellot

Primeramente, mis mejores deseos para usted en este 2014.

Frecuentemente me formulan una pregunta al impartir talleres de Gestión Responsable: ¿Cuáles son las organizaciones más influyentes en la arena empresarial, en materia de Responsabilidad Social?

Con la intención de armar el mapa de las organizaciones referentes -si bien se han multiplicado las iniciativas y probablemente se deberían de analizar por ámbitos específicos- podemos decir que las instituciones que están marcando el ritmo son, en el contexto de nuestro país, el Cemefi (Centro Mexicano para la Filantropía), presidido por Mercedes Aragonés y bajo la dirección de Jorge Villalobos y en el contexto global el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, encabezado en México por Rodolfo Sagahón.

En lo que se refiere a la estructura institucional de representación empresarial, si bien la responsabilidad social (RS) está presente de manera cotidiana en la agenda del Presidente del Consejo Coordinador Empresarial (CCE), Gerardo Gutiérrez Candiani; AliaRSE, la Alianza para la Responsabilidad Social Empresarial, presidida por Carlos Ludlow, es la entidad promotora de la cultura de la RS. Por su parte, CESPEDS, la Comisión de Estudios del Sector Privado para el Desarrollo Sustentable, presidida por Luis Fariás de Cemex y dirigida por José Ramón Ardavín, la que busca establecer e instrumentar las estrategias que conduzcan al sector empresarial mexicano hacia el desarrollo sostenible, así como Fundemex, la Fundación del Empresariado Mexicano, con Alfonso Ávalos al frente es el brazo ejecutor de la acción directa del CCE.

Dentro de la estructura del CCE, ha destacado la labor de algunos organismos cúpula, como es el caso de la Coparmex, el sindicato de los empresarios, presidido por Juan Pablo Castañón que desde su fundación en 1929 su filosofía y principios buscan el desarrollo de una economía de mercado Socialmente Responsable, así como la Concamin, encabezada por Francisco J. Funtanet, que reúne 107 cámaras y asociaciones industriales, cuya Comisión de Ética y Valores, con el apoyo de Funtec y Compite como mecanismos para el

desarrollo de las empresas, han mantenido un esfuerzo que genera cientos de casos de éxito cada año. En este mismo ámbito cabe mencionar lo hecho por algunas Cámaras como la de la Construcción, la Farmacéutica y de Empresas de Consultoría. Por su parte el CNA, Consejo Nacional Agropecuario y la ABM, Asociación de Bancos de México, tienen iniciativas de reconocimiento y apoyo a diversas causas.

Paralelamente al CCE, el Consejo de la Comunicación, presidido por Ángel Alverde Lozada y Salvador Villalobos como cabeza ejecutiva, asume el papel de la voz ciudadana de las empresas en la concientización de la ética, la familia y los últimos años en la importancia de la lectura como vehículo para elevar la calidad del aprendizaje de los mexicanos.

Los últimos 2 años ha entrado en escena la Bolsa Mexicana de Valores, con Luis Téllez al frente y la publicación del IPC Sostenible. Del conocido IPC, Índice de Precios y Cotizaciones, que mide el desempeño del mercado con base en el valor de las acciones de las 35 emisoras más bursátiles se deriva el IPC Sostenible, que mide el comportamiento de las menos de 30 emisoras que han calificado como "sostenibles". La calificación de las emisoras es anual y la realizan el Centro de Excelencia de Gobierno Corporativo de la Universidad Anáhuac del Sur y Ecovalores, corresponsal en México de la británica EIRIS.

Irreemplazable ha sido desde 1957, la labor de formación de empresarios de la Confederación USEM, la Unión Social de Empresarios de México, como una de las fuentes más fértiles de ideas y empresarios convencidos en el poder transformador de la RS.

Otros casos relevantes dignos de mención son la Caux Round Table como promotora de ideas de punta entre muchos de los líderes de opinión en el tema, A Favor de lo Mejor, que impulsar los contenidos mediáticos formativos para nuestra sociedad y la AMAP que busca fomentar el desarrollo de estrategias de mercadotecnia con impacto social. ●