

## **America Inc gets woke. In the Trump era, big business is becoming more political. Left-leaning employees leave many bosses with little choice but to mount the barricades**

Enviado por Carlos Alberto ... en Dom, 01/07/2018 - 20:07

### **Cita:**

The Economist [2017], "America Inc gets woke. In the Trump era, big business is becoming more political. Left-leaning employees leave many bosses with little choice but to mount the barricades", *The Economist*, London, 2 de diciembre, <https://www.economist.com/news/business/21731855-left-leaning-employees-...> [1]

### **Fuente:**

The Economist

### **Fecha de publicación:**

Sábado, Diciembre 2, 2017

### **Revista descriptores:**

Estatuto de la competencia en el capitalismo. Visión histórica y situación actual

Formas de la competencia entre grandes empresas [3]

Relaciones entre empresas estados y sociedad [4]

### **Tema:**

El activismo empresarial

### **Idea principal:**

A inicios de la administración de Donald Trump, los directores ejecutivos vieron la posibilidad de influir en sus políticas para ganar un beneficio propio, sin embargo a medida del paso del los primeros meses de la administración, los directores ejecutivos se han unido a las demandas existentes con el fin de frenar las políticas de Donald Trump, han condenado su accionar político y han tomado postura frente a problemas que involucran cuestiones raciales, la orientación sexual o el cambio climático.

Cada día la empresa se encuentra más inmiscuida de forma directa en los debates sociales y políticos, este proceso a pesar de existir antes se está haciendo cada vez más a menudo. En Estados Unidos este proceso ha tenido éxito en el freno de leyes, entre la que destaca la "religious freedom-2015" de Indiana que fue frenada por empresas como Apple y Salesfor.com, a través de políticas sobre el empleo. Esta ley permitía la violación de derechos a homosexuales y transexuales en función del culto.

La administración Trump ha dificultado la posibilidad de que los directores empresariales y ejecutivos se mantengan pasivos frente a cuestiones sociales y políticas actuales. Las acciones empresariales van desde el apoyo a programas contra el cambio climático hasta recortes de publicidad a políticos de derecha. Estos cambios son significativos ya que representan el fin de la empresa como un actor apolítico, haciendo frente a la máxima de Milton Friedman que reducía la

responsabilidad social de la empresa sólo al aumento de ganancias que se traducirán en políticas de cabildeo solo enfocadas a los impuestos y regulaciones, cambiando hacia una empresa política que enfoca su cabildeo a cuestiones sociales y políticas.

Hoy las empresas reconocen que sus objetivos van más allá de la obtención de ganancias. Algunos de sus objetivos que probablemente terminarían mezclados con su apoyo a la globalización son la promoción ambiental, la diversidad étnica y el respeto a homosexuales, transexuales, etc. Es por esto que durante los últimos años ha habido una multitud de corporaciones que defienden beneficios sociales.

El fenómeno del surgimiento de corporaciones cada vez más sociales no se limita a Estados Unidos, en Europa también se ha incrementado frente al auge de poblaciones extranjeras y políticas de carácter populista. Sin embargo el fenómeno es más claro en Estados Unidos, donde la influencia de Donald Trump es más fuerte.

Además de la necesidad de hacer frente a las políticas del actual presidente estadounidense, los directores ejecutivos están buscando un rostro más social y político de la empresa buscando dar respuesta frente a las problemáticas y porque se está tomando más atención a los objetivos sociales.

Aunque muchas de las empresas siguen teniendo una relación de alineamiento con el Partido Republicano, producto de los beneficios de sus políticas regulatorias y hacendarias, muchas otras corporaciones se encuentran en las zonas votantes más afines al Partido Demócrata, cuestión por la que muchas de estas empresas respaldan las políticas tradicionales de los demócratas. Sin embargo las empresas ubicadas en las zonas lejanas a las costas también encuentran cada vez más presión para posicionarse ante hechos políticos y sociales, entre las que destaca Walmart. Asimismo, se mantiene la existencia de empresas incondicionalmente conservadoras como Koch Industries y grupos como Hobby Lobby.

Los grupos de inversión también han jugado un papel importante en las políticas de presión para involucrar a las corporaciones en temas políticos y sociales, junto con instituciones que han instado a la inversión responsable.

Para las empresas todo esto representa tres peligros. El primer peligro basado en la inacción que fácilmente se puede exponer frente a Organizaciones no Gubernamentales en materia de Derechos Humanos. Un segundo peligro va dirigido a las empresas que se oponen a las políticas de Donald Trump, que al ser señaladas por él pueden tener pérdidas. Un tercer peligro puede ser que las empresas generen un desagrado a los consumidores que podría llevar a un boicot.

Sin embargo estos riesgos no son tan graves como parecen, la experiencia de diferentes empresas nos demuestra que ante cualquiera de ellos es posible la superación del riesgo. Por lo tanto es poco probable que este activismo empresarial desaparezca, lo que se va haciendo más probable es un cambio en la forma de hacerse escuchar y en las maneras en las que las empresas cabildean.

### **Datos cruciales:**

Según Weber Shandwick, el 63% de los ejecutivos pertenecientes a firmas importantes

alrededor del mundo considera pertinente tener una postura política frente a los temas actuales, como la migración y el cambio climático.

44% de los trabajadores "millenials" en Estados Unidos consideran que serían mas leales a la empresa si sus jefes se posicionaran de manera pública.

80% de las firmas que se oponen a la prohibición de viajar a países musulmanes y que está a favor de mantener los acuerdos de París se encuentran en estados en los cuales se votó por Hillary Clinton en la última contienda electoral.

Gráfica de las contribuciones a las campañas demócratas de 8 empresas, de los empleados y de las empresas, expresadas como porcentaje del total. Se trata de los casos de Alphabet, Amazon, AT&T, Facebook, Goldman Sachs, Salesforce, Walmart y Wells Fargo, para el periodo 2000 - 2017. Se percibe que las empresas tecnológicas tienen contribuciones mayores que las dadas por los bancos. Fuente: Open Secrets.

En agosto del 2017 un trino de Donald Trump contra la empresa Amazon.com, donde se quejaba de su impacto sobre minoristas y empleados, redujo el valor de la empresa en 6 mil millones de dólares de su valor en el mercado.

### **Nexo con el tema que estudiamos:**

El argumento liberal destaca la mayor presencia de las empresas en el debate y las iniciativas que modelan nuestras sociedades; en particular la agenda de Trump ha provocado reacciones salutarias por parte de fracciones del empresariado. Sin embargo, desde el pensamiento crítico se ha mostrado que las empresas no son entes apolíticos sino que desde sus orígenes han generado relaciones e instancias de poder en todas las escalas y ámbitos de la sociedad. El actual activismo empresarial también hace referencia al retiro del estado y a su claudicación en tareas esenciales que ahora realizan las empresas.

---

**Source URL (modified on 7 Enero 2018 - 11:18pm):** <http://let.iiec.unam.mx/node/1588>

### **Links**

[1] <https://www.economist.com/news/business/21731855-left-leaning-employees-leave-many-bosses-little-choice-mount-barricades>

[2] <http://let.iiec.unam.mx/taxonomy/term/15>

[3] <http://let.iiec.unam.mx/taxonomy/term/17>

[4] <http://let.iiec.unam.mx/taxonomy/term/20>