

f

# Capitalistas provocadores

*Hoy en día existen varios CEO de importantes empresas globales que se han convertido en provocadores activistas, generando no solo un impacto positivo en la sociedad, sino beneficios para las organizaciones que lideran.*

**S**egún los investigadores Aaron K. Chatterji (Duke) y Michael W. Toffel (Harvard), colaboradores de la revista "Harvard Business Review", desde que empezaron a estudiar el activismo de los CEO, hace tres años, nunca imaginaron lo representativo que se convertiría este fenómeno. "En ese momento, una pequeña pero creciente banda de ejecutivos está tomando posiciones públicas sobre cuestiones políticas y sociales, que no estaban relacionadas a los resultados financieros de sus compañías. Desde entonces, las controversias sobre las leyes que afectan a las personas transgénero en Carolina del Norte, los tiroteos policiales en Missouri y las órdenes ejecutivas sobre inmigración han atraído a un número cada vez mayor de los CEO a debates públicos controvertidos", destacan ambos profesores de escuelas de negocio, en un reciente artículo titulado "The New CEO Activists", de enero-febrero 2018.

Ambos profesores recuerdan la retirada de la Casa Blanca de un grupo de empresarios, quienes se reunían

regularmente con el presidente Donald Trump para hablar sobre temas de economía. Tras la declaración del mandatario estadounidense sobre el enfrentamiento entre supremacistas blancos y manifestantes en Charlottesville, Kenneth Frazier, CEO de Merck, se retiró de la mesa, provocando la salida de otros importantes líderes, como Satya Nadella (Microsoft) y Jeff Bezos (Amazon). "Los líderes del país deben rechazar claramente las expresiones de odio, fanatismo y de supremacía", dijo Frazier a través de un comunicado, tras renunciar al panel de asesores presidenciales, decisión que fue aplaudida por otros altos directivos estadounidenses, incluido Roy Valegos, ex ejecutivo de Merck y mentor de Frazier, quien le dijo a "Forbes" que lo que había hecho Frazier revelaba su fuerte sentido de moralidad.

#### **NACE UN ACTIVISTA**

"Estos proyectos de ley racionalizan la injusticia, al pretender defender algo que muchos de nosotros apreciamos. Van en contra de los principios en los

que se fundó nuestra nación, y tienen el potencial de deshacer décadas de progreso hacia una mayor igualdad", dijo enfáticamente Tim Cook, CEO de Apple, una de las empresas de tecnología más importantes del mundo, en una carta publicada por el diario "The Washington Post", en 2015. Las líneas forman parte de una misiva pública, en la que criticaba una serie de proyectos legislativos que otorgaban a las personas la facultad de citar sus creencias religiosas personales, para rechazar el servicio a un cliente o resistirse a una ley estatal antidiscriminatoria. La carta enviada por Cook catapultó por primera vez a uno de los ejecutivos más importantes del planeta a una reciente categoría de profesionales: los CEO activistas.

Por años, el activismo fue un comportamiento vinculado, principalmente, con personajes del mundo de la política, corriente a la que se unieron celebridades del entretenimiento, del arte o la ciencia, como filósofos, músicos y actores. Sin embargo, hoy también forman parte de este movimiento los CEO de varias compañías globales. "Son ejecutivos que expresan públicamente su opinión y postura sobre temas sociales, políticos o ambientales, generalmente de índole controversial", explica Kety Jáuregui, profesora de ESAN. Los tópicos que abordan estos directivos son diversos, pero principalmente giran alrededor de temas complejos, como racismo, cambio climático, derechos de las mujeres y de la comunidad LGBT, trabajo infantil, etcétera. En este grupo han ganado protagonismo diversos líderes empresariales, como Elon Musk, director general de Tesla; Bill Gates, cofundador de Microsoft; Mark Zuckerberg, CEO de Facebook; entre otros.

Para los analistas de "Harvard Business Review", la tradicional actitud de los CEO de rehuir a las preguntas incómodas o no hacer activismo en temas en los que incluso creen y practican podría a la larga convertirse en un problema estratégico. Si bien existen aquellos

CEO que prefieren mantenerse ajenos a las grandes discusiones, con respuestas políticamente correctas para todo, los cuestionamientos cada vez llegarán de todas partes, incluso desde los colaboradores, por lo que en el tiempo se verán obligados a tomar posición sobre determinados temas que antes preferirían no haber tocado en público. "Los CEO se han dado cuenta de que los jóvenes van a sentirse más atraídos a sus empresas si ellos apoyan causas sociales. Estos esperan que los líderes empresariales publiquen tuits con sus opiniones o que salgan en los medios a favor de alguna

equipos y los inspiran con sus actos a realizar trabajos sociales no solo en el plano laboral, sino fuera de las empresas", dice el catedrático.

Para Jáuregui, a los CEO activistas les va mejor cuando la causa que avalan tiene una conexión tangible con sus negocios. La catedrática de ESAN asegura que estos deben tomar en cuenta ciertas consideraciones. En principio, según Jáuregui, deben seleccionar cuidadosamente y con precaución los temas que abordarán, considerando el riesgo de una potencial reacción violenta contra sus

***Para los analistas de "Harvard Business Review", la tradicional actitud de los CEO de rehuir a las preguntas incómodas o no hacer activismo en temas en los que, incluso, creen y practican podría a la larga convertirse en un problema estratégico.***

causa. Los CEO saben, además, que brindar o no su opinión impacta cada vez más no solo en su reputación sino en la de su empresa y, por ende, en las decisiones de sus clientes y consumidores", sostiene Jáuregui.

#### **TALENTO MILLENNIAL**

Javier García, docente de la UPC, sostiene que el respaldo a causas sociales brinda espacios de trabajo colaborativo y distendido, mejora las relaciones interpersonales, fortalece la comunicación entre colaboradores y humaniza a los líderes al interior de la organización. "Esta activa, sincera y desinteresada participación genera que los colaboradores se sientan orgullosos de sus líderes y sus organizaciones. Siempre que estos las perciban como acciones íntegras, reales y sostenidas en el tiempo. Los líderes organizacionales modernos influyen en sus

declaraciones, o contra la misma empresa que representan. "Deben tomar en cuenta que sus opiniones pueden incomodar a sus grupos de interés (como a los accionistas), y la adopción de ciertas causas puede poner en riesgo las relaciones con proveedores y clientes", señala.

Conforme el mercado laboral se componga cada vez más por integrantes de la generación millennial, así como la masa de clientes y consumidores, quienes se identifican con empresas, productos o servicios cuyo impacto en la sociedad resulta positivo, la tendencia hacia futuro será ver a una mayor cantidad de CEO expresando sus opiniones, pero probablemente será con un enfoque más estratégico. Es decir, que estas posturas formen parte de un plan de acciones que favorezca no solo a los CEO y sus empresas, sino especialmente a las causas que defienden. ■