



TEAM INTERNATIONAL®

14203 Vistawood

San Antonio, TX 78249

Tel: (210) 641-7733

INTERNATIONAL www.teaminternational.net

Capitalismo consciente: ¿Qué es, y cómo podemos obtener acceso al mismo para nuestro beneficio?

En su libro en idioma inglés, los autores de *Conscious Capitalism*¹ nos presentan con una metáfora de su enfoque: citando el autor Richard Leider², preguntan ¿Cuáles son los días más importantes en su vida? La primera es, claro, la fecha en que nacimos; pero la segunda quizás no sea tan obvia: no es ninguna fecha como la fecha en que nos casamos, ni cuando nace nuestro primer hijo, sino era el día en el cual que nos dimos cuenta del porqué nacimos en este mundo. Cuando nos damos cuenta de nuestro propósito en esta tierra es cuando tenemos una pista clara de quienes somos...

Lo mismo se aplica a una empresa/organización: Quizá lo más importante no es su fecha de establecimiento, ni cuánto dinero/ingreso gane, sino el propósito de su existencia en el mundo del negocio/servicio.

John Mackey es el presidente y co-fundador de *Whole Foods Market*, con su sede en Austin, Texas, USA. El propósito de su compañía es el de "...llevar al mundo una mejor salud". La importancia de este concepto estriba en la definición de "beneficio", señalado en el título del presente documento: más allá de las utilidades netas económicas, aquí se consideran los beneficios obtenidos por todos los "*stakeholders*" de la empresa/organización, incluyendo no sólo los accionistas, sino también los clientes, empleados, proveedores y hasta la comunidad/sociedad que rodea la empresa. Algunas veces se liga el concepto de "sustentabilidad" con lo de Capitalismo Consciente, enfatizando que sólo las organizaciones que se pongan al servicio de todos sus *stakeholders*, incluyendo la sociedad, van a poder sostenerse en el mundo futuro.

O sea, Mackey habla más allá de lo que es común en la descripción de la motivación dentro del sistema capitalista. Por ejemplo, Milton Friedman, uno de los grandes intérpretes del capitalismo, en su muy citado ensayo, expresa su opinión en el título: "La responsabilidad de la empresa es la de aumentar sus utilidades".³ Es decir, el único fin válido del sistema capitalista es la maximización de las utilidades de las empresas adentro de él. Si no fuese así, según Friedman, los dirigentes de una empresa tendrían que ser elegidos por un sistema político, no por su astucia como gerentes del negocio. Además, Mackey y su co-autor sostienen que, si las empresas siguen fielmente sus propósitos, no será necesario preocuparse de las utilidades económicas, mismas que fluirán hacia la organización en forma natural...

Entonces los cuatro pilares (o "Tenets") del Capitalismo Consciente son los siguientes:

- Su alto propósito – la creación de valor para todos los *stakeholders*: clientes, trabajadores, accionistas y la sociedad en general.
- La integración de los *stakeholders*: el empleo de la innovación y espíritu del empresario hacia el bienestar de todos los integrantes mencionados en el punto de arriba.
- Liderazgo consciente, que incluye una motivación de servicio hacia el propósito del negocio, y habilidades de influir en los empleados para que se enganchen con este propósito.

- Cultura consciente, donde los empleados estén en armonía entre sí y colaboren juntos para lograr los propósitos altos de la organización.

Frecuentemente en la literatura sobre el capitalismo positivo, se cita el concepto de "Responsabilidad Social" corporativo. Pero Mackey va más allá de este, citando la integración de los *stakeholders* como la médula del Capitalismo Consciente, no solo como una capa de barniz, sino hasta llegar al alma de la misma. Por ejemplo, cuando para una empresa, la Responsabilidad Social indica sólo un requisito adicional, como agregado a su perfil de relaciones públicas, Mackey lo re-plantearía como base de la motivación de la organización y sus líderes.

A parte de Whole Foods, cuyo propósito se exhibe en el tercer párrafo de arriba de este documento, Mackey cita otras empresas que son ejemplares del concepto de Capitalismo Consciente, junto con sus propósitos:

- Disney: "...utilizar nuestras imaginaciones para llevar la felicidad hacia millones de personas";
- Johnson & Johnson: "...aliviar el dolor y sufrimiento";
- Southwest Airlines: "...dar al público la libertad de volar";
- Humane Society USA : "...celebrar a los animales, confrontar a la crueldad".

Una de las empresas más citadas sobre los años en esta tendencia es Patagonia (compañía de ropa para el clima exterior) de Ventura, California. Fundada en 1973 por Yvon Chouinard, Patagonia recién canceló su departamento de Responsabilidad Social, a favor de políticas y prácticas que "...lleven su intención y compromiso hacia la integración de un pensamiento de sustentabilidad dentro de todos los empleados en todas partes de la compañía..."

También el ex -CEO de Patagonia se destacó por comprar y donar unos 134 mil hectáreas de terrenos humedales argentinos, para llegar a aumentar las áreas verdes hacia la extensión de terrenos de conservación en el país. Esto es materia de intervenir positivamente y sustancialmente en el bienestar de su ambiente.

Algunos de nuestros clientes se han destacado como compañías de la orientación de Capitalismo Consciente:

- Colgate-Palmolive, desde hace mucho, se ha pronunciado por el cuidado bucal y la limpieza entre sus clientes;
- DuPont, siempre un abogado para "...mejores vidas por medio de la química..." recién se ha modificado su marca DUPONT para significar su nuevo reto de "...ayudar a nuestros clientes para poder resolver problemas complejos y transformar sus mejores ideas hacia productos y soluciones del mundo real";
- Alquería, un nuevo cliente nuestro de Colombia, se pronuncia por "...mejorar la nutrición y la salud de poblaciones vulnerables es un compromiso..."

Por último, desde el principio de nuestra existencia en 1983, TEAM International® se ha puesto el reto y el propósito de "...cambiar la forma en la cual se ejerce el liderazgo en América Latina". No sé que tanto lo hemos logrado, pero hasta esta fecha hemos trabajado con unos 7,500 participantes latinoamericanas en nuestros seminarios...Siempre con el mismo mensaje , que el líder es el responsable del desarrollo de sus seguidores. Ellos serán los jueces de nuestro éxito en esta pequeña parte del mundo...

REFERENCES:

¹ John Mackey y Raj Sisodia, *Conscious Capitalism*, Harvard Business School Press, Boston, MA, ©2014.

² Richard Leider, *The Power of Purpose* (3rd Ed.), Berrett-Koehler, Oakland, CA., ©2015.

³Milton Friedman, " The Social Responsibility of Business Is To Increase Its Profits," *The New York Times Magazine*, September 13, 1970.

©2019, TEAM International®, All rights reserved.

~T. Noel Osborn, Ph.D.