**Capitalismo Consciente**

John Mackey, Raj Sisodia

1.ª Edición Octubre 2016

**Prólogo**

**Poner el capitalismo de nuevo en el mapa**

El capitalismo es el sistema que más riqueza ha creado a lo largo de la historia.

La experiencia personal de estar en primera línea cada día nos ha enseñado que el auténtico capitalismo es la única forma de crear una organización que beneficie a los clientes, empleados, inversores, comunidades, proveedores y medio ambiente.

Como dice el refrán: «El camino más largo que debe emprender una persona son los cuarenta centímetros que separan la cabeza del corazón».

Igual que las personas no pueden vivir sin comer, los negocios no pueden vivir sin beneficios. Pero la mayoría de las personas no viven para comer, y tampoco las empresas existen solo para lograr beneficios».

Es nuestra creencia en la naturaleza heroica de los negocios, en sus virtudes esenciales y en su potencial extraordinario para mejorar la sociedad de una manera más duradera que cualquier otro sistema económico o social que haya tenido la humanidad.

**Primer despertar: crear un negocio y convertirme en capitalista**

Los negocios no se basan para nada en la explotación y la coacción, sino en la cooperación y el intercambio voluntario.

Los inversores, los directores, los trabajadores y los proveedores tienen que cooperar para crear valor para los clientes. El intercambio voluntario para obtener beneficios mutuos ha conllevado una prosperidad sin precedentes de la humanidad.

¿Por qué escribimos este libro?: Estamos empezando a comprender, de forma colectiva, el potencial increíble de la empresa y el capitalismo cuando es mucho más consciente.

**1.**

**Capitalismo: maravilloso, incomprendido, maligno**

Gran parte del mundo occidental se ha beneficiado de los frutos del capitalismo de la libre empresa desde hace dos siglos. El éxito para mejorar la calidad de nuestras vidas de muchas formas es extraordinario, pero se suele comprender mal.

Emprendedores: los héroes del capitalismo de la libre empresa. Los emprendedores son los verdaderos héroes de la economía de la libre empresa, e impulsan el progreso en los negocios, la sociedad y el mundo.

¿Por qué el capitalismo está siendo atacado?: El capitalismo de la libre empresa no se ha ganado el respeto de los intelectuales ni el afecto de las masas.

1. Los emprendedores han dejado que algunos economistas y críticos se hayan apropiado de la base ética del capitalismo de la libre empresa
2. ⁠Muchas empresas se han comportado con un nivel de consciencia muy bajo respecto a su verdadero propósito y al impacto general que tienen en el mundo
3. El mito de que las empresas consisten y deben consistir únicamente en maximizar beneficios se ha arraigado en los ámbitos académicos y entre los líderes empresariales
4. ⁠Tanto las regulaciones, como el tamaño y la influencia de los gobiernos, han aumentado, lo cual ha pavimentado el camino para el capitalismo clientelista, en el que los contactos políticos son más importantes que la competencia

El cáncer del capitalismo clientelista: El verdadero capitalismo de la libre empresa impone una responsabilidad estricta y una férrea disciplina interna.

Mientras que el capitalismo de la libre empresa es virtuoso y de vital importancia para la democracia y la prosperidad, el capitalismo clientelista, intrínsecamente, carece de ética y supone una grave amenaza a nuestra libertad y bienestar. Por desgracia, el sistema actual favorece la corrupción de muchos empresarios honrados y les obliga a convertirse en capitalistas clientelistas de mala gana con el único fin de sobrevivir.

**2.**

**Capitalismo Consciente y el espíritu heroico de las empresas**

Los cuatro principios del Capitalismo Consciente:

Integración de los agentes implicados

Propósito superior y valores esenciales

Liderazgo consciente

Cultura y dirección consciente

Hacer lo correcto porque es lo correcto.

El Capitalismo Consciente no es la Responsabilidad Social Corporativa.

|  |  |
| --- | --- |
| RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA | CAPITALISMO CONSCIENTE |
| Los implicados en la empresa deben sacrificarse por la sociedad. | Integra los intereses de todos los implicados. |
| Es independiente de la cultura o el propósito de la corporación. | Incorpora un propósito superior y una cultura solidaria. |
| Suma una carga ética a los objetivos empresariales. | Aúna la solidaridad y el beneficio gracias a convergencias profundas. |
| Refleja una visión mecanicista de la empresa. | Considera que la empresa es un sistema complejo adaptativo. |
| A menudo se injerta en el modelo empresarial tradicional, como un departamento separado o que forma parte de las relaciones públicas. | La responsabilidad social está en la base de la empresa gracias al propósito superior y a que considera que la comunidad y el medio ambiente son agentes clave. |
| Considera que existe un solapamiento limitado entre las empresas y la sociedad, y entre las empresas y el planeta. | Considera que la empresa es un subconjunto de la sociedad y que la sociedad es un subconjunto del planeta. |
| Fácilmente asimilable a una obra caritativa; frecuentemente considerado como marketing verde engañoso. | Requiere una transformación verdadera a partir del compromiso con los cuatro principios. |
| Da por descontado que todas las buenas acciones son deseables. | Requiere que las buenas acciones contribuyan al propósito de la empresa y a la creación de valor para el sistema en conjunto. |
| Las implicaciones para el rendimiento empresarial no están claras. | Mejora significativamente el rendimiento tanto económico como en otros aspectos de las empresas tradicionales. |
| Es compatible con un liderazgo tradicional. | Requiere un liderazgo consciente. |

**PRIMERA PARTE. EL PRIMER PRINCIPIO. El propósito superior**

**3**

**Propósito: la corporación en busca de sentido**

Ejemplos de propósito superior

* Disney: utilizar la imaginación para hacer felices a millones de personas.
* Johnson & Johnson: aliviar el dolor y el sufrimiento.
* Southwest Airlines: dar a la gente la libertad de volar.
* ⁠BMW: permitir que las personas experimenten la alegría de conducir.

Los beneficios son un resultado deseable de las empresas. De hecho, es socialmente irresponsable dirigir una empresa que no genere beneficios de forma consistente. Las empresas rentables pueden crecer y lograr su propósito superior, y los beneficios son el combustible que necesitan para el crecimiento y el progreso de la sociedad. Gracias a los impuestos, los beneficios de las empresas ayudan a sufragar los gastos del gobierno y los muchos servicios públicos que ofrecen.

Por desgracia, el nivel de implicación personal y emocional que las personas tienen con su trabajo es abismalmente bajo hoy en día.

Somos más felices y nos sentimos más realizados cuando el trabajo satisface nuestras pasiones internas. La pasión personal, el propósito de la corporación y el rendimiento empresarial van juntos.

**4**

**Descubrir y desarrollar el propósito**

Cuatro categorías de grandes propósitos:

|  |  |
| --- | --- |
| El Bien | Servicio a los demás: mejorar la salud, la educación, la comunicación y la calidad de vida. |
| La Verdad | Descubrir y expandir el conocimiento humano. |
| La Belleza | La excelencia y la creación de belleza. |
| Lo Heroico | El valor para cambiar y mejorar el mundo. |

**SEGUNDA PARTE. EL SEGUNDO PRINCIPIO. La integración de todos los agentes implicados**

**5**

**Clientes fieles que confían en la empresa**

* Desarrollar relaciones más profundas con los clientes
* ⁠Guiar y educar a los clientes
* ⁠Cuando la responsabilidad entra en conflicto con lo que quieren los clientes
* ⁠Innovación centrada en el cliente
* ⁠El propósito superior del marketing

**6**

**Trabajadores apasionados e inspirados**

* Trabajo, sentido y felicidad
* ⁠Empleo, carrera, vocación
* ⁠Contratación consciente y prácticas de retención
* ⁠Fomentar el trabajo de equipo
* ⁠Bienestar y salud de los miembros del equipo

**7**

**Inversores pacientes y con propósito**

* Tratar a los inversores de forma consciente y responsable
* ⁠Inversores frente a especuladores
* ⁠¿Pueden ser conscientes las empresas que cotizan en bolsa?
* ⁠Invertir en el futuro

**8**

**Proveedores colaboradores e innovadores**

* Reconocer la importancia de los proveedores hoy en día
* ⁠Tratar a los proveedores con respeto
* ⁠Asociarse con los proveedores: Las empresas pueden trabajar con los proveedores en el modo transacción o en el modo relación.
* ⁠Cómo no tratar a los proveedores: La mentalidad asociativa se diferencia de la perspectiva común de que los proveedores son adversarios de los que hemos de extraer todo el valor que podamos al menor precio.
* ⁠Adoptar unas prácticas más conscientes con los proveedores
* ⁠Encontrar oportunidades para crear valor
* ⁠Pagar a tiempo
* ⁠Tratar a los proveedores de forma justa
* ⁠Ayudar a los proveedores a que sobrevivan y crezcan
* ⁠Compartir los beneficios
* ⁠Crecer juntos en tiempos difíciles
* ⁠Divulgar la consciencia a través de la cadena de valor

**10**

**Un medio ambiente próspero y dinámico**

* La cría de ganado sostenible
* ⁠El bienestar animal
* ⁠Sostenibilidad de la pesca

**11**

**El círculo exterior de los agentes**

* Competidores
* ⁠Activistas y críticos
* ⁠Los sindicatos laborales
* ⁠Negociar con los sindicatos hoy en día: Las empresas en las que ya están implantados deben relacionarse con ellos de forma constructiva en lugar de considerarlos adversarios. Tienen que verlos como agentes implicados en la organización y buscar maneras de que todos ganen, como hacen con el resto de los agentes.
* ⁠Los medios de comunicación
* ⁠Gobierno
* ⁠Reaccionar a los conflictos de forma constructiva y creativa

**TERCERA PARTE. EL TERCER PRINCIPIO. El liderazgo consciente**

* El ascenso de los valores femeninos: rasgos «masculinos», como la ofensiva, la ambición, la competición y un pensamiento dominado por el hemisferio izquierdo del cerebro. Los ámbitos político y empresarial son un ejemplo de estos rasgos, y, de hecho, es lo que se exige a los líderes con éxito.

Sin embargo, ahora estamos siendo testigos de un aumento de los valores «femeninos», como el afecto, la compasión, la cooperación y el pensamiento dominado por el hemisferio derecho del cerebro, y promueven una mezcla armoniosa de estos valores en el trabajo y en la vida. Muchas mujeres, al madurar, son más asertivas, independientes y directas.

* Liderazgo y dirección: El liderazgo consiste, en gran medida, en cambio y transformación. La dirección consiste en eficiencia e implementación. Imaginan y crean algo que antes no existía y que muchos creían imposible. El liderazgo y la dirección deben estar en armonía.

**13**

**Las cualidades de los líderes conscientes**

* Inteligencia emocional
* ⁠Inteligencia de sistemas
* ⁠Liderazgo con vocación de servicio
* ⁠Integridad: la síntesis de las virtudes
* ⁠La capacidad para amar y cuidar de los demás
* ⁠Lo que hacen los líderes conscientes
* ⁠Lograr un cambio positivo
* ⁠Fijar un propósito compartido
* ⁠Ayudar a los demás a crecer y evolucionar
* ⁠Tomar decisiones morales difíciles
* ⁠El peligro de un líder carismático: Cuando en un líder el poder y la virtud no van de la mano, pueden ocurrir cosas terribles.
* ⁠Por qué es importante el liderazgo: El tercer milenio se debe basar en el poder del propósito, del amor, del afecto y de la compasión.

**14**

**Convertirse en un líder consciente**

* Confía en tu corazón y encuentra tu propósito
* ⁠Modelos a seguir: Es muy positivo fijarse en las personas que admiramos.
* ⁠Coaches y mentores
* ⁠La vida consiste en aprender y crecer
* ⁠Las crisis son una magnífica oportunidad para aprender
* ⁠La importancia de la salud física: Si estamos sanos, tenemos más vitalidad, solemos estar más alegres y soportamos mejor el estrés y la enfermedad. Lo principal es prestar atención a la dieta. La comida es la base de nuestra salud y vitalidad:

1. Alimentos naturales y orgánicos
2. ⁠Primar los vegetales
3. ⁠Densos en nutrientes: vegetales y frutas.
4. ⁠Grasas saludables: Los frutos secos, las semillas y los aguacates. Limitar la comida de origen animal a no más del 10 por ciento de las calorías totales.

* Prácticas contemplativas
* ⁠Sabiduría intemporal
* ⁠El crecimiento personal es una elección

**CUARTA PARTE. EL CUARTO PRINCIPIO. Cultura y dirección consciente**

**15**

**Culturas conscientes**

* Cualidades de una cultura consciente:

1. Confianza
2. ⁠Responsabilidad
3. ⁠Cuidado de los demás
4. ⁠Transparencia
5. ⁠Integridad
6. ⁠Lealtad
7. ⁠Igualitarismo

* La confianza
* ⁠Estar realmente motivado por un propósito
* ⁠Fomentar el liderazgo consciente
* ⁠Reconocer que la confianza es recíproca
* ⁠Transparencia
* ⁠Amar y cuidar de los demás
* ⁠Prohibir el miedo
* ⁠Cómo amar y cuidar mejor de los demás
* ⁠Tomar decisiones difíciles con amor
* ⁠Valorar lo que hacen los demás

**16**

**Dirección consciente**

* Descentralización
* ⁠Una inteligencia colectiva muy bien repartida
* ⁠Empoderamiento
* ⁠Responsabilidad: Considero que una cultura se compone de dos elementos: valores y normas.
* ⁠Un destino compartido
* ⁠Innovación: La ventaja competitiva más sostenible y eficaz a largo plazo que puede tener una empresa es la capacidad para idear más innovaciones que la competencia de forma que se mejore la eficiencia o se cree valor para los clientes.
* ⁠Colaboración
* ⁠Las empresas conscientes como organizaciones de aprendizaje

**17**

**Convertirse en una empresa consciente**

* Un liderazgo verdaderamente implicado
* ⁠Cambiar la cultura

**18**

**El poder y la belleza del Capitalismo Consciente**

* La gran transición
* ⁠Un sueño compartido
* ⁠El camino que tenemos por delante
* ⁠Un plan de acción
* ⁠Las posibilidades infinitas de la inventiva humana
* ⁠Las decisiones a las que se enfrentan las empresas: Una empresa consciente aspira a crear riqueza económica, intelectual, social, cultural, emocional, espiritual, física y ecológica para todos los agentes implicados: empleados, clientes, inversores, proveedores y comunidades.
* ⁠Liberar nuestro espíritu heroico

**Apéndice A**

**La defensa empresarial del Capitalismo Consciente**

* La lógica del rendimiento económico superior
* ⁠Pruebas indirectas de un rendimiento económico superior
* ⁠Empresas con entornos laborales superiores
* ⁠Empresas con un alto grado de ética
* ⁠Empresas con culturas más flexibles y orientadas a los agentes
* ⁠Empresas con líderes visionarios
* ⁠Explicar el rendimiento superior
* ⁠Alto nivel de ventas
* ⁠El espejismo de los márgenes
* ⁠Reducir los costes de marketing
* ⁠Menos rotación laboral, más implicación
* ⁠Reducir los costes administrativos
* ⁠Una mejor forma de ganar