



CAPITALISMO CONSCIENTE[®] COLOMBIA

Maria Victoria Riaño

Tabla de Contenido

- 01** Introducción
- 02** Capitalismo Consciente
- 03** Pilares del Capitalismo Consciente
- 04** Propósito Superior
- 05** Liderazgo Consciente
- 06** Cultura Consciente
- 07** Integración de Stakeholders
- 08** Alineación de Iniciativas
- 09** Bibliografía Recomendada

Introducción

En el mundo actual enfrentamos grandes desafíos: Aunque a lo largo del tiempo hemos tratado de generar mayor equidad y abundancia para todos, aún persisten grandes desigualdades. Por lo anterior nos preguntamos **¿cómo podemos avanzar de una mejor manera, siendo conscientes del impacto que generamos en la sociedad como personas, organizaciones e instituciones?**

Hablar hoy en día de capitalismo o de ser empresario a veces se ve como si ese no fuera el camino, con un capitalismo que en el último tiempo ha adquirido una mala reputación, en gran parte merecida. Sin embargo, al revisar bien la historia de la humanidad, vemos que sí hemos avanzado gracias a personas que, con su talento, emprendieron negocios para resolver problemas de la sociedad.

No obstante, eso no garantiza que el capitalismo tenga una buena reputación ni que las personas confíen en las empresas. Recordemos que en su esencia, los negocios son éticos, ya que se basan en intercambios voluntarios: nadie es obligado a comprar o vender. Los negocios son nobles, pues han permitido que la sociedad evolucione, sacando a millones de personas de la pobreza y creando prosperidad.

Los negocios bien dirigidos y con principios contribuyen más que ninguna otra organización a la prosperidad de la humanidad y hasta ahora han demostrado ser un sistema de colaboración humana muy eficiente. No obstante, podemos esperar mucho más de las organizaciones.

Es posible reconocer que la humanidad mejora cada día. Si comparamos nuestras vidas con las de nuestros padres o abuelos, podemos observar que las generaciones actuales gozamos de más educación, conocimiento, movilidad, salud, infraestructura, acceso y, en general, más de todo. Esta es una fuerte evidencia de que el capitalismo, a través de la iniciativa privada, ha mejorado el mundo. Sin embargo, aún se puede hacer más y mejor.

Como líderes, tenemos una gran oportunidad de cambiar y mejorar la vida de quienes son la fuerza de nuestras organizaciones. Recordemos el mensaje de Milton Friedman, premio Nobel de Economía en 1976, quien afirmaba que el único objetivo de una empresa es generar lucro para los inversionistas, esta idea de desarrollo puede parecer "incorrecta", pero en realidad es incompleta. No generar lucro es una irresponsabilidad social. Una empresa que no genera lucro no tiene cómo pagar impuestos, no puede realizar acciones filantrópicas, no tiene recursos para invertir en desarrollo y puede poner en riesgo a sus empleados y sus familias, así como a proveedores y otros stakeholders o partes relacionadas.

Todas las organizaciones deben generar lucro, pero ya no es suficiente que una organización genere solo lucro financiero. Esta idea genera indicadores de falta de confianza y falta de compromiso con la sociedad.

En este nuevo contexto, las empresas deben ir más allá del lucro financiero y buscar un triple impacto positivo: económico, social y ambiental. Esto significa generar valor para todos sus stakeholders: empleados, clientes, proveedores, la comunidad y el medio ambiente.

Para lograr este triple impacto, las empresas deben adoptar una nueva visión de su rol en la sociedad. Deben ser conscientes del impacto que generan en el mundo y actuar de manera responsable y sostenible.

Las empresas que asuman este nuevo paradigma estarán mejor preparadas para enfrentar los desafíos del futuro y construir un mundo mejor para todos.

“Nos hemos equivocado al ver el capitalismo como una guerra donde los competidores son enemigos, los clientes son territorios que deben ser capturados, y los empleados son soldados cuyas vidas pueden ser sacrificadas”.
- Raj Sisodia.

Vivimos en un momento muy especial y único en la historia de la humanidad en el que los líderes tienen la oportunidad de crear un legado, de impactar de manera única y profunda a aquellos a quienes lideran. Cambiar de manera significativa y positiva la vida de todas las partes relacionadas (stakeholders) con las que la organización interactúa y se relaciona, generar prosperidad y cerrar brechas de desigualdad económica.

En el siglo XX, el capitalismo se basaba en la supremacía de los accionistas (shareholders), donde los beneficios se concentraban en el inversionista y el fundamento de la empresa era casi exclusivamente la rentabilidad.

En el siglo XXI nace el Capitalismo Consciente, donde el protagonismo lo tienen los stakeholders (grupos de interés), donde los beneficios deben incluir al trabajador, al cliente, al proveedor, a la sociedad, al socio y al medio ambiente. El fundamento de la empresa debe ser las personas, el planeta y, por supuesto, la rentabilidad como condición para el inversionista, quien debe obtener una retribución asociada con su costo de oportunidad y el riesgo del negocio, para lograr la sostenibilidad y la supervivencia a largo plazo.

Este movimiento está impulsado por Raj Sisodia, académico y autor de numerosas obras; y John Mackey, fundador y CEO de Whole Foods Market. Por supuesto, ha habido iniciativas previas con este mismo propósito.

Nace con la vocación de influir en todas aquellas personas y compañías que creen en un tipo de capitalismo capaz de ser el motor de desarrollo de la humanidad, donde las empresas privadas deben constituirse en parte activa y esencial de esta evolución.

El capitalismo consciente, con sus principios, nos ayuda a entender cómo los emprendedores son verdaderos héroes en una economía de libre empresa. Con su imaginación, creatividad, pasión y energía, son los grandes impulsores del progreso de los negocios, de la sociedad y del mundo.

En esta cartilla explicaremos los pilares del capitalismo consciente y compartiremos algunas prácticas que nos pueden ayudar a avanzar cada día para ser organizaciones que lo hagan cada vez mejor en beneficio de todas las partes relacionadas y de la sociedad. En cada pilar compartimos muchas preguntas para reflexionar, al final se define en qué se quiere trabajar y cómo priorizar un posible plan de acción.

Capitalismo Consciente

El capitalismo consciente es un enfoque empresarial que busca equilibrar el éxito económico con la responsabilidad social y la sostenibilidad. Se basa en principios como: tener un propósito superior, el liderazgo consciente, cultura consciente, relaciones basadas en la confianza, generación de valor a largo plazo, y fomento de la innovación y la adaptabilidad.

Al adoptar estos principios, las empresas pueden contribuir a un mundo más equitativo, sostenible y consciente debido a que proponen una forma de pensar sobre el capitalismo y los negocios que refleja mejor el punto actual en el viaje de la humanidad y el potencial innato de los negocios para tener un impacto positivo en el mundo. Las empresas conscientes se ven impulsadas por propósitos superiores que sirven, alinean e integran los intereses de todas sus principales partes relacionadas. Su mayor nivel de conciencia les permite hacer visibles las interdependencias entre todas las partes relacionadas, descubrir y compartir sinergias y propósitos, lograr un esquema de ganar-ganar-ganar y crear círculos virtuosos en favor de la sociedad.

Tienen líderes conscientes que están motivados por el servicio al propósito de la empresa, todas las personas a las que toca el negocio y el planeta que todos compartimos. Las empresas conscientes tienen culturas de confianza, auténticas, innovadoras y solidarias que hacen que trabajar allí sea una fuente tanto de crecimiento personal como de realización profesional.

Se esfuerzan por crear riqueza financiera, intelectual, social, cultural, emocional, espiritual, física y ecológica para todos sus grupos de interés. Los negocios conscientes ayudarán a que nuestro mundo evolucione para que miles de millones de personas puedan prosperar, llevando vidas llenas de pasión, propósito, amor y creatividad; un mundo de libertad, armonía, prosperidad y compasión.

Beneficios del capitalismo consciente

El capitalismo consciente puede tener varios beneficios, incluyendo:

Sostenibilidad a largo plazo

Al tener un enfoque más amplio y equitativo, el capitalismo consciente puede ayudar a las empresas a tomar decisiones más sostenibles a largo plazo, teniendo en cuenta los impactos sociales y ambientales de sus operaciones.

Mayor lealtad del cliente

Los consumidores están cada vez más interesados en apoyar a empresas que tienen un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente, el capitalismo consciente va en esta línea de cuidado y compromiso sostenido con ambas.

Retención y atracción de talento

Las empresas que adoptan el capitalismo consciente suelen tener una cultura empresarial saludable y ética, lo que puede resultar atractivo para los colaboradores y contribuya a la retención de empleados talentosos comprometidos con los valores de la empresa.

Mejora de la reputación

El capitalismo consciente puede ayudar a mejorar la reputación de una empresa al demostrar su compromiso con la responsabilidad social y la sostenibilidad, lo que puede tener un impacto positivo en la percepción pública y en las relaciones con los stakeholders.

Innovación

Al tener un enfoque más amplio y centrado en la resolución de problemas sociales y ambientales, el capitalismo consciente puede impulsar la innovación y la creatividad en la búsqueda de soluciones sostenibles y éticas.

Pilares del Capitalismo consciente

El capitalismo consciente es un enfoque económico que tiene como base cuatro pilares fundamentales:

Propósito superior

01

También nombrado propósito elevado o propósito más allá de las ganancias, este pilar busca que las empresas tengan un propósito que trascienda la búsqueda de beneficios económicos. Se trata de tener una visión clara y significativa que vaya más allá del lucro, incorporando la responsabilidad social y ambiental como parte integral del negocio.

Liderazgo consciente

02

El liderazgo consciente implica una forma de dirigir las empresas basada en la empatía, la ética, integridad, escucha generosa y la toma de decisiones consciente. Los líderes conscientes se preocupan por el bienestar y cuidado de sus empleados, clientes, proveedores y la comunidad en general, y buscan equilibrar los intereses de todas las partes involucradas en el negocio.

Cultura consciente

03

La cultura consciente se refiere a la creación de un ambiente de trabajo saludable, inclusivo y basado en valores. Se promueve la transparencia, la colaboración, la confianza y el respeto mutuo en todas las interacciones dentro de la empresa.

Integración de Stakeholder

04

El capitalismo consciente, busca equilibrar los intereses de todas las partes involucradas en el negocio, conocidas como "stakeholders", incluyendo a los empleados y sus familias, clientes, proveedores, comunidad y medio ambiente y hasta la competencia. Se busca crear valor a largo plazo para todos los stakeholders, en lugar de solo enfocarse en maximizar solo los beneficios para los accionistas.

Pilares del Capitalismo Consciente



Propósito Superior

Es la razón de ser, de existir, es lo que hace a la empresa y a los individuos únicos y valiosos, mantiene a la organización unida, fluyendo con armonía, aún en momentos de crisis. El superior es el compromiso de lo que se quiere aportar al mundo.

Elevar a la humanidad a través de los negocios comienza con saber POR QUÉ existe su empresa. Sin esto, no se tiene brújula para encontrar y mantenerte enfocado en su verdadero norte. Las empresas deberían existir por razones que van más allá de obtener ganancias. Veamos las ganancias como un medio necesario para lograr su propósito, no como un fin en sí mismo.

Elementos de identidad relacionados al propósito en las organizaciones:

Propósito

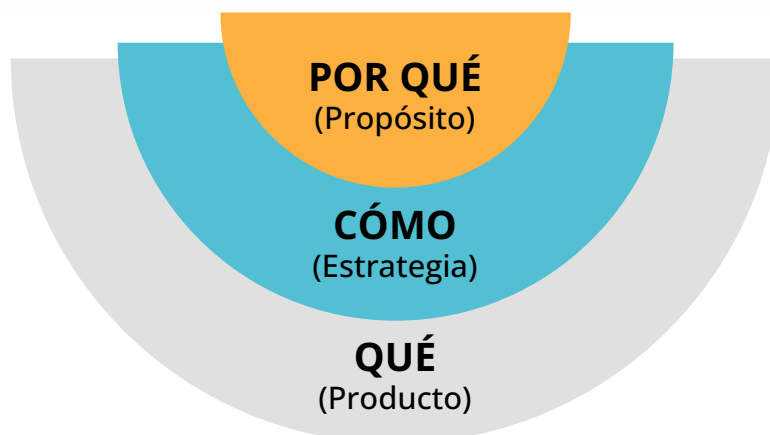
Es la razón de existir de una organización, es la contribución que queremos aportar en el mundo, responde a la pregunta **¿Para qué?**

Misión

Es como lograremos ese propósito, responde a la pregunta **¿Cómo?**

Visión

Como se ve el mundo cuando logremos ese propósito, responde a la pregunta **¿Qué?**



Cualidades de un Propósito Organizacional

Según Capitalismo Consciente – Guía práctica, las cualidades de un propósito superior deben cumplir con el acrónimo H.E.A.L.I.N.G.:

H - **heroico**, algo que nos lleva a todos a un mundo mejor.

E - **evolutivo** y ajustarse a los cambios sociales y económicos del ecosistema.

A - promover **alineación** entre todos los grupos de interés.

L - tiene que despertar el amor (**love**) dentro de cada uno de la organización.

I - tiene que **inspirar** a todos.

N - tiene que reflejar la armonía con la **naturaleza**.

G - tiene que ser **galvanizado**, en el sentido de que no puede ser corroído u oxidado por emociones o el tiempo.

Fuente: Capitalismo Consciente Guía Práctica de Propósito (Ediciones Urano).

¿Cómo definir propósito?

Todas las organizaciones tienen un propósito, una razón de ser, de existir. Muchas lo mantienen escondido, oculto o se olvidan de la intención.

Para definirlo, podemos volver al origen de la organización, hablar con los creadores o fundadores de la empresa y preguntar ¿por qué existimos? Igual se puede involucrar a todo el ecosistema trabajadores, proveedores, clientes y hacerles la misma pregunta y entender como nos ven. Hay que comprender el entorno social, cultural, económico y ambiental actual y así revisar como contribuimos.

Si una empresa publica su propósito, debe tener evidencias de esta causa, pues si no cae en descrédito, cuando las intenciones no están reflejadas en los actos, decisiones y prácticas. Muchas empresas comunican y promueven su propósito de forma pública antes de tener evidencias que su equipo de liderazgo vive esta intención. En estos casos es muy fácil perder la credibilidad y el poder que un propósito explícito podría generar.

Reflexiones

En la empresa podemos entrevistar a empleados, clientes y proveedores para comprender por qué trabajan con la empresa, identificar los elementos que generan orgullo, pasión, trascendencia en la organización y reflexionar sobre las siguientes preguntas:

- *¿Por qué existimos?*
- *¿Por qué es necesario que existamos?*
- *¿Qué contribución queremos hacer?*
- *¿Nos echarían de menos si desapareciéramos?*
- *¿Por qué el mundo es mejor con nuestra presencia?*
- *¿Qué problema está resolviendo su organización? ¿O quizás está causando problemas?*
- *¿Cuál es el legado que deja su organización para el mundo?*
- *¿Cuáles son los valores, comportamientos que más admira en su empresa, área?*
- *¿Qué es lo que más admira de otras empresas?*
- *¿Qué emoción sientes cuando vas a tu trabajo?*
- *¿Qué es lo que más disfrutas hacer en tu trabajo?*

Y cuando ya tenemos un propósito definido podemos hacernos las siguientes preguntas:

- *¿Tenemos un claro enunciado de nuestro propósito de la empresa?
¿Sabemos que significa?*
- *¿El propósito de nuestra empresa es claramente entendido por nuestros empleados y clientes?*
- *¿Es un propósito digno que genera energía y entusiasmo?*
- *¿Nuestros empleados están motivados por nuestro propósito?*
- *¿Atraemos empleados por nuestro propósito?*
- *¿Nuestro propósito inspira confianza y apoyo a nuestra marca?*
- *¿Atraemos clientes por nuestro propósito?*
- *¿Tenemos métricas conectadas a nuestro propósito sobre las que rindan cuentas nuestros empleados?*
- *¿Nuestros proveedores y socios estratégicos saben lo que representamos?*

Liderazgo Consciente

Los líderes conscientes son aquellos que inspiran y motivan a sus empleados, creando un ambiente de trabajo positivo y colaborativo. Fomentan una cultura basada en la confianza, la transparencia y la responsabilidad.

Los líderes conscientes toman decisiones considerando el impacto en todas las partes relacionadas y buscan el beneficio a largo plazo. Las empresas conscientes no pueden existir sin Líderes Conscientes.

Cualidades del Líder Consciente

- Persona **auténtica, consciente de sí mismo** y el impacto que genera sus acciones y decisiones, con vocación de servicio y cuidado por los demás. (Compasión/Empatía).
- Es **protagonista y no víctima**, siempre busca como lo puede hacer mejor como persona en vez de buscar culpables.
- **No compromete valores humanos** para lograr el éxito material (integridad y coherencia).
- **Comunicación auténtica, escucha generosa.**
- **Cuida** de sí mismo y de su entorno.
- Se **conecta con sus emociones** y las expresa productivamente, (Inteligencia Emocional).
- Da **ejemplo y se entrega** con pasión y propósito.
- Estimula la innovación y creatividad.
- Saber **pedir, comprometer**, llamar a responder, aprovecha el talento de cada miembro del equipo.
- **Reconoce** el esfuerzo y trabajo de los que las personas que le rodean.

¿Cómo avanzar en el Liderazgo Consciente?

Un primer paso es definir un modelo de Liderazgo que de las características exactas de lo que esperamos en el comportamiento de los líderes de la empresa. Con esas características medir y automejorarse como líder, como persona, para saber dónde se encuentra actualmente, qué debe mejorar y definir un plan de acción individual.

En las evaluaciones de desempeño individual se puede involucrar un indicador de liderazgo y medir el progreso de las acciones tomadas. Es necesario contratar coaches o mentores para ayudar a los líderes a progresar.

Premiar, reconocer a las personas que mejor representen ese liderazgo consciente, mostrar modelos a seguir.

A los seres humanos nos encantan los hábitos, y no cambiarlos. Entonces, ¿cómo hacemos los cambios en las organizaciones?

- 01 Identificar las creencias y perspectivas que tenemos cada uno como personas, autoevaluarnos y reconocer los impactos que generamos con nuestras acciones y con nuestra comunicación.
- 02 Aceptar cada uno de los aspectos a mejorar en nuestro comportamiento de manera consciente.
- 03 Definir el plan de acción puede involucrar, lecturas, cursos, practica y acompañamiento con coaches y mentores.
- 04 Trabajar en grupos para mantener el compromiso.
- 05 Reconocer los logros y avances y siempre preguntar "¿cómo yo lo puedo hacer mejor?"

***Se el cambio que quieres ver en el mundo.
Mahatma Gandhi***

Reflexiones

- *¿Su organización tiene valores claros?*
- *¿Los líderes de la organización conocen de memoria estos valores y lo que representan?*
- *¿Cuáles son las expectativas de un líder de la organización en relación con cuidar del ecosistema que genera el resultado de la organización?*
- *¿Si pudiera describir al líder de su organización como lo describiría?
¿Qué comportamiento admiraría?*
- *¿Qué líderes del mundo admira y por qué?*
- *¿Qué reconocemos en nuestros líderes, que premiamos?*
- *¿Qué significa para la organización la frase “el líder que cuida”? ¿Cómo cuidamos?*

Cultura Consciente

Las empresas conscientes crean una cultura empresarial basada en valores éticos y principios que promueven la diversidad, la inclusión, la equidad y la sostenibilidad. Fomentan la colaboración y la participación de los empleados en la toma de decisiones.

La cultura consciente busca el bienestar y el desarrollo integral de las personas. Es necesario fomentar un ambiente de trabajo saludable, que promueva la colaboración, el cuidado de unos a otros, el desarrollo personal y profesional, y el equilibrio entre la vida laboral y personal.

Cualidades de la Cultura Consciente

Las cualidades que caracterizan un modelo de cultura responsable son:

- **CONFIANZA:** Tanto interna como externa, en todos los niveles, con clientes, proveedores...
- **CUIDADO POR LOS DEMÁS:** Cuidar a los demás lleva a que lo cuiden a uno que en todo momento. Demuestran amor genuino por todos sus grupos de interés. Promueve el autocuidado.
- **TRANSPARENCIA:** No hay secretos ni cosas que ocultar.
- **INTEGRIDAD:** Decir la verdad y negociar de forma justa. Cumplir mis promesas.
- **IGUALITARISMO:** No hay sistema de clases, a todos se les trata con dignidad y respeto.
- **INNOVACIÓN:** Respeto a las ideas, incentivar a crear e intentar, colaborativos.
- **OBSESIÓN POR LA FELICIDAD:** Sorprender, Sorprender, con detalles, rituales de celebración y reconocimientos.

Definiendo una cultura

El proceso de definición de cultura pasa por cinco etapas:

- 01 Establecer los valores organizacionales.
- 02 Crear una definición de los valores, el lenguaje y ejemplos de comportamientos que lo representan.
- 03 Observar ejemplos de comportamientos y conductas alineadas con los valores.
- 04 Reconocer a las personas que sean ejemplo de esos comportamientos y crear historias, leyendas con esas personas que lo representan.
- 05 Celebrar públicamente con los que mejor representan la cultura de la organización, tener rituales, ceremonias propias para reconocer y celebrar.

Reflexiones

¿Cómo se hacen las cosas en tu organización? Enumera cosas únicas que reconoces en tu organización que sean muy únicas, muy especiales.

¿Qué admiras de comportamientos de otras empresas?

Definir claramente para su empresa con ejemplos de comportamiento estos valores: Ética, Respeto, Trabajo en Equipo, Empatía, Crecimiento, confianza, transparencia, cuidar.

¿Cómo se reconocen y celebran en tu organización los comportamientos de los valores que deseas reforzar?

¿Cómo las monitoreas que se cumplan los comportamientos definidos en la cultura, como se comunican y cómo retroalimentas y reconoces esos comportamientos?

Hacer una encuesta anónima a través de Google docs. o surveymonkey para preguntar cuál es el valor de la organización que es más evidente y presente en las decisiones y acciones y cuál es el peor.

¿Se hacen Reconocimientos en tu empresa? ¿Que reconocen? ¿La gente sabe como es reconocida y cómo hacer reconocimientos?

¿Qué es cuidar a los demás? ¿Como cuidamos?

¿Como se manejan los conflictos en la organización? Como se da feedback ¿Reflexionar si tenemos una cultura responsable? ¿Tenemos valores definidos interiorizados y comunicados? ¿Como es la comunicación?

Integración de Stakeholders

El capitalismo consciente se enfoca en el bienestar de todos los stakeholders o grupos de interés o partes relacionadas. Se busca crear valor a largo plazo para todos los involucrados en lugar de una ganancia a corto plazo.

Cualidades de la Integración de Stakeholders

Relaciones basadas en la confianza

Las empresas conscientes establecen relaciones basadas en la confianza con sus empleados, clientes, proveedores y comunidades. Mantienen una comunicación abierta y honesta, y cumplen con sus compromisos. Buscan establecer relaciones a largo plazo basadas en la colaboración y la cooperación.

Generación de valor a largo plazo

Las empresas conscientes buscan generar valor sostenible a largo plazo en lugar de centrarse exclusivamente en resultados trimestrales. Consideran el impacto social, ambiental y económico de sus decisiones y acciones. Buscan el equilibrio entre el éxito económico y la sostenibilidad a largo plazo.

Innovación y adaptabilidad

Las empresas conscientes fomentan la innovación y la adaptabilidad como un medio para mejorar continuamente y enfrentar los desafíos del entorno empresarial. Buscan soluciones creativas y sostenibles para resolver problemas y crear un impacto positivo en la sociedad.

Son interdependientes

Inversionistas no podrían obtener beneficios sin clientes contentos y satisfechos y esto se logra con empleados satisfechos y necesita insumos de alta calidad (proveedores) y todo ese relacionamiento sistémico debería generar bienestar a la sociedad.

Acciones que se pueden tomar

- Crear sinergias, compartir prácticas, crecer juntos, crear círculo virtuoso.
- Respetarlos, valorarlos e integrarlos en el funcionamiento de la empresa.
- Tratarlos como personas donde todos contribuyen a la creación de valor.
- Cuidarse mutuamente y cuidar toda la interdependencia el ecosistema.
- Conocer claramente el impacto que generan uno a otros y coordinar estrategias para hacerlo cada vez mejor.
- Implementar un enfoque ecosistema, cuidar el proceso de relacionamiento asegurando que cada uno gane y que se integren en los procesos más allá de sus funciones para generar ganancia mutua al hacer algo por los demás, trascender más allá de la transaccionalidad.

¿Cómo empezar?

- 01 Identificar las partes relacionadas y priorizarlos.
- 02 Definir su objetivo de relacionamiento.
- 03 Hacer diagnóstico de la relación.
- 04 Identificar sus necesidades.
- 05 Identificar áreas de mejora.
- 06 Crear valor para ellos.
- 07 Preguntarse: ¿Cuál es la oportunidad de mejorar nuestra relación con ellos?
- 08 Definir enfoque ganar – ganar – ganar con cada uno.
- 09 Plan de acción a seguir.

Reflexiones

- ¿En las decisiones estratégicas, consideramos los impactos a corto y largo plazo de las partes relacionadas /Implicadas?
- ¿Tenemos indicadores, herramientas para medir el bienestar de las partes relacionadas?
- ¿Tenemos espacio de dialogo y creación con las partes relacionadas?
- ¿Reconocemos las interdependencias? ¿Buscamos beneficios comunes?
- ¿Las relaciones se caracterizan por la gran confianza?
- ¿Ante la criticas / quejas revisamos aprendemos?
- ¿Reconocemos las necesidades y las revisamos con los cambios en el entorno?

Reflexiones para stakeholder – Empleados

- ¿Tus empleados son vistos como un recurso, así como capital o materia prima?
- ¿Estamos sinceramente interesados por el bienestar de nuestros empleados?
- ¿Promovemos el balance vida-trabajo?
- ¿Estamos enfocados en relaciones de beneficio mutuo?
- ¿Nuestros empleados son una fuente importante de nuevas ideas?
- ¿El reconocimiento y la celebración se dan todos los días?
- ¿Somos transparentes con la información, finanzas, estrategia y problemas?
- ¿Los empleados actuales frecuentemente refieren a nuevos empleados?
- ¿Tenemos un programa de desarrollo para cada empleado?
- ¿Ofrecemos beneficios como horarios flexibles, permisos de maternidad, etc.?

Reflexiones Stakeholder – Clientes

- ¿Estamos realmente interesados en el bienestar de nuestros clientes?
- ¿Nos enfocamos en la experiencia, no sólo en la transacción?
- ¿El 90% de nuestros clientes están encantados con nuestros servicios y son nuestros promotores activos?
- ¿Estamos enfocados en relaciones de beneficio mutuo en lugar de transacciones?
- ¿Nuestros clientes conocen nuestro propósito y lo que representamos?
- ¿Somos auténticos y transparentes; no sobre-prometemos?
- ¿Nuestros clientes tienen voz en el desarrollo de nuestros productos?

Reflexiones Stakeholder – Proveedores

- ¿Tomas ventaja de tus proveedores de forma ganador/perdedor?
- ¿Tus proveedores toman ventaja de ti de forma ganador/perdedor?
- ¿Vemos a nuestros proveedores como socios estratégicos de largo plazo?
- ¿Estamos enfocados en construir relaciones de beneficio mutuo?
- ¿Nuestros proveedores son una fuente importante de nuevas ideas?
- ¿Somos transparentes con la información, finanzas, estrategia y problemas?
- ¿Compartimos con nuestros proveedores a los mismos estándares éticos que nosotros suscribimos?
- ¿Nuestro enunciado de propósito tiene mucho que ver en la selección de proveedores?
- ¿Nuestros proveedores nos ayudan a resolver problemas?
- ¿Trabajamos en resolver problemas en lugar de cambiar de proveedores?

Reflexiones Stakeholder - Comunidad y medio ambiente

- ¿Hacemos una contribución consciente para el bienestar de nuestra comunidad?
- ¿Trabajamos en resolver, en lugar de ignorar, los temas de la comunidad?
- ¿Alentamos a nuestros empleados a tomar un rol activo en temas de la comunidad?
- ¿Somos sensibles a temas ambientales que están bajo nuestro control?
- ¿Ponemos nuestras capacidades e infraestructura al servicio de la comunidad?
- ¿La alta gerencia tiene un rol visible en la comunidad?

Prácticas alineadas con Capitalismo Consciente

El ecosistema de impacto es muy amplio y hay muchos tipos de organizaciones y movimientos como Capitalismo Consciente, todas muy necesarias porque cada una agrega valor de diferente forma. Imagínenlo como una gran red de redes que vamos tejiendo entre todos.

En este sentido, existen dos tipos de empresas: las que están alineadas con la sostenibilidad y las que van más allá y están enfocadas en ella. Las primeras buscan identificar, medir y gestionar todos sus riesgos de impacto negativo, y las segundas buscan diferenciarse y generar bienestar a partir de la creación de impacto positivo. Ambas están bien, cada viaje de sostenibilidad es diferente y válido, solo hay algunos más avanzados que otros.

Medir los impactos y tomar consciencia, son entonces las actividades clave para cualquier capitalista consciente. Si no medimos los impactos de la empresa o lo que hacemos como personas y hablamos mucho de sostenibilidad, nos faltaría integrar otros frentes y hacerlo mejor.

Hoy tener un sistema de gestión de impacto o estrategia de sostenibilidad es opcional para la mayoría de las empresas, pero muy pronto será obligatorio, la verdad es que podríamos decir que ya es obligatorio, no por las leyes sino por las expectativas de la gente.

Sus actuales y potenciales trabajadores, proveedores, clientes e inversionistas así lo esperan y será un factor determinante para continuar su relacionamiento, interacción y creación de negocios con ella.

Tenemos un mundo lleno de retos que implican también una necesidad de conectarnos con iniciativas para hacerlo cada día mejor como personas, como organizaciones y como instituciones. Encontramos metodologías y propuestas con ese fin, algunos lo pueden llamar regeneración, otros impacto neto positivo y otros prefieren definirlo como la sostenibilidad que el mundo necesita.

Con Capitalismo Consciente queremos enviar un mensaje de integración de muchos frentes y vamos a trabajar con todos los demás actores y catalizadores del ecosistema para entre todos lograr los cambios sistémicos urgentes que necesita el mundo, Colombia y nuestras regiones.

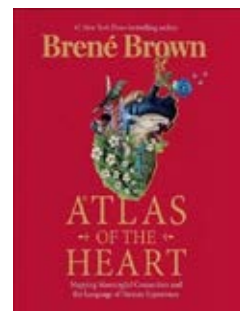
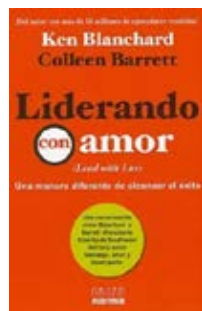
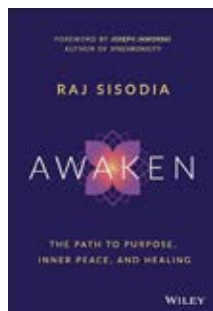
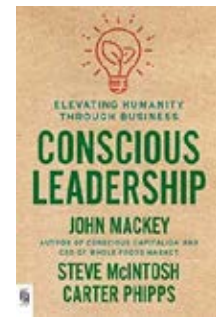
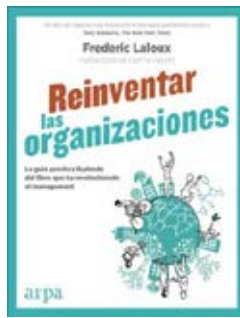
En las organizaciones colombianas se avanza de diferentes maneras, y podemos mencionar algunas:

- **Modelos de sostenibilidad:** basado en los objetivos de desarrollo sostenible (ODS).
- **Mediciones de triple impacto:** Aquellas que además de medir el desempeño financiero, miden su impacto social y ambiental, utilizando indicadores que reflejen su contribución a la sociedad y al medio ambiente.
- **Certificación como Empresa B:** A través de la organización sin fines de lucro B Lab para cumplir con estrictos estándares verificados de desempeño social y ambiental, transparencia y responsabilidad.
- **Registro BIC:** las Sociedades de Beneficio e Interés Colectivo (“BIC”) son aquellas sociedades con ánimo de lucro que, de manera voluntaria, buscan cumplir estándares sociales y ambientales para lo cual han cumplido con los requisitos determinados por la ley para ser reconocidas como BIC.
- **Planeación alineada de acuerdo con los factores ASG:** Plan de acuerdo con los criterios ambientales, sociales y de gobierno corporativo (ASG) que son un conjunto de reglas a seguir a la hora de tomar decisiones empresariales, incluyendo tanto criterios positivos sobre qué tipo de activos y proyectos son válidos para invertir en ellos, por su carácter positivo más allá de los criterios financieros, así como criterios negativos sobre qué tipo de activos y proyectos no son válidos para invertir en ellos.

Estas iniciativas como muchas otras contribuyen al propósito de capitalismo consciente, así que sigamos los caminos que nos lleven a elevar el sentido de humanidad a través de las organizaciones conscientes, reflexionando en cada uno de los aspectos de impacto y generando prosperidad y bienestar.



Bibliografía Recomendada

La biografía que les compartimos a continuación les será útil para expandir su conocimiento, ilustrar algunas ideas, sensibilizar y conocer más sobre diferentes aspectos mencionados en la cartilla.





**CAPITALISMO
CONSCIENTE**®
COLOMBIA

 Capitalismo Consciente Colombia  www.capitalismoconsciente.com