



**Universidad Nacional Autónoma de México
Facultad de Ingeniería
División de Ingeniería Eléctrica**

Propósito de una corporación

**Basado en el libro
“Capitalismo Consciente” de John Mackey**

Equipo 1:

Flores Licea Lars Alain
Gámez Celaya Sebastián
Garrido Sánchez Samuel Arturo
Murrieta Villegas Alfonso
Ramírez Castañeda Jesús Eduardo

Finanzas en la Ingeniería en Computación

Grupo: 1

Profesora: Claudia Angélica Cordero Hidalgo

Fecha de entrega: jueves 29 de octubre del 2020

Semestre 2021-1

1. ¿Qué es el capitalismo?

Es un sistema socioeconómico basado en la propiedad privada de los medios de producción, en la importación de capital como generador de riquezas y en la asignación de recursos a través de mecanismos de mercado. Adan Smith fue el primer teórico que puso las bases del capitalismo actual.

Además, un sistema económico es la estructura bajo la cual opera y se organiza la actividad económica de una sociedad, la producción de bienes y servicios, así como su distribución y consumo.

Relacionado con un sistema económico tenemos conceptos como los medios de producción que son elementos la maquinaria, recursos naturales, redes de transporte, fábricas, herramientas y energía.

También debemos destacar que los factores fundamentales de producción principales en el capitalismo son:

- Trabajo
- Tierra
- Capital
- Tecnología

2. ¿Qué es el capitalismo consciente?

Se tiene la idea de que el capitalismo actual representa la explotación de los trabajadores, además de una trampa a los consumidores, causando desigualdad beneficiando a los ricos, pero no a los pobres, homogeneizando sociedad, fragmentando comunidades y destruyendo el medio ambiente. Se acusa a los emprendedores y otros empresarios de estar motivados principalmente por el egoísmo y la codicia; a los capitalistas solo les importa el dinero, las ganancias y que solo pueden redimirse a través de "buenos trabajos." Esta es una visión fundamentalmente equivocada. Debido a estas razones y críticas, la idea del capitalismo actual representa un peligro a nuestra libertad y bienestar, por ello la necesidad de humanizarlo y ponerle un toque de ética.

Con base a lo anterior, el capitalismo no ha sido del todo malo, pues este se ha convertido en grandes problemas, como la desigualdad social, dejando de un lado ciertas cuestiones éticas por parte de los líderes de las grandes empresas, y para solucionar esto, nació la teoría del capitalismo consciente, trabajado por Jhon Mackey y Rac Sisodia.

De esta forma, la teoría del capitalismo piensa que la libre empresa es el más poderoso sistema de cooperación social, el progreso y la cooperación humana. Este se basa en 4 principios básicos:

- Propósito superior: enfoque que vaya más allá del dinero, logrando inspirar y energizar a sus grupos de interés.
- Orientación a grupos de intereses: la vida y los negocios tienen una naturaleza interdependiente, así que las empresas deben crear un valor extraordinario tanto para los clientes como para los empleados, proveedores, inversionistas, la comunidad y los stakeholders.
- Liderazgo consciente: abrazar el propósito superior, enfocándose en crear un valor para todos los grupos de interés y en armonizar todos los objetivos, reconociendo el importante rol de la cultura corporativa.
- Cultura consciente: cada grupo de interés debe conectarse entre sí con el propósito, las personas y los procesos que forman la compañía

3. Capitalismo en las empresas

El capitalismo de libre empresa es un sistema extraordinariamente poderoso para provocar, aprovechar, y multiplicar el ingenio humano y la industria para crear valor para los demás. Eso debe defenderse no sólo en función de los beneficios que genera, sino también en la base de su moral fundamental. El capitalismo de libre empresa debe ser basado en un sistema ético basado en la creación de valor para todos los grupos de interés. El dinero es una medida de valor, pero ciertamente no es la única medida.

Aquí, es donde precisamente entra en juego el concepto de capitalismo consciente pues es un paradigma en evolución para los negocios que simultáneamente crea múltiples tipos de valor y bienestar para todas las partes interesadas: financieras, intelectuales, físicas, ecológicas, sociales, culturales, emocional, ético e incluso espiritual. Este nuevo sistema operativo para el negocio está en una armonía mucho mayor con la ética de nuestro tiempo y la esencia de nuestros seres en evolución.

Además, el capitalismo consciente es una **forma de pensar** la empresa más consciente de su propósito superior, sus impactos en el mundo y las relaciones que tiene con sus varios grupos y partes interesadas. Refleja una conciencia más profunda sobre por qué existen las empresas y cómo pueden crear más valor.

"El capitalismo consciente está relacionado con la antigua sabiduría de la India, ya que ve el liderazgo como un fideicomiso: centrarse en las acciones correctas y no ser indebidamente apegado al resultado".
The Economic Times

4. El propósito en la empresa

El propósito John Makey lo define como:

“...es una declaración definitoria de lo que quieres cambiar en el mundo...”.

Es decir, es lo que nos impulsa a hacer algo, la razón de que existamos y el por qué hacemos unas cosas y no otras, y por qué las hacemos de una manera y no de otra. El propósito se puede aplicar tanto a la vida personal como a las empresas, en una empresa es su columna vertebral, lo que hace que se una la gente a ella uniéndose bajo un mismo objetivo, este objetivo puede ser el propósito personal de sus empleados o lo pudieron ir adaptando conforme entraban en la empresa.

Algunos ejemplos de grandes empresas con propósitos:

- **Kellogg's:** “Nutrir familias para que puedan florecer y prosperar”.
- **Wal-Mart:** Contribuir a mejorar la calidad de vida de las familias en México.
- **Nike:** “Por medio del deporte unir a todo el mundo para así poder formar un planeta sano, colectividades activas y el mismo campo de juego para todos” este propósito se consolidó gracias al entrenador Bill Bowerman “si tienes cuerpo, eres atleta”

La importancia de tener un propósito superior en una empresa no solo radica en mostrar la parte humanística de esta, si no que ayuda a mejorar el trabajo colectivo que se tiene entre los empleados, así como a atraer clientes que tienen un objetivo propósito similar en sus vidas. En caso de que existan diferencias de propósitos entre empleados de una empresa, puede llegar a fracasar o tener dificultades a la larga, ya que el propósito se crea para unificar las pasiones de empleados y si estas están enfocadas en distintas cosas, el ambiente laboral puede decaer y causar problemas de intereses.

5. Diferencias entre misión, visión y propósito

Ahora que ya sabemos cuál es el propósito, necesitamos aclarar las diferencias de este con los términos que a veces son confundidos: misión y visión. Mientras que el propósito vendría siendo el qué queremos, la misión sería el cómo queremos llegar a ese objetivo, qué método o planes se tienen para llegar a él. Por otro lado, la visión es como su nombre lo dice lo que se visualiza a futuro después de llegar al objetivo, es a dónde se quiere llegar en un futuro dentro de la empresa, como quiere ser vista por el mundo y que imagen quiere llegar a dar.

Retomando el ejemplo de Nike, su misión y visión serían:

- **Misión:** Ofrecer inspiración e innovación a todos los atletas del mundo. Esta se lleva a cabo con frases motivacionales como “Just Do it”

- **Visión:** Ayudar a la empresa y a nuestros consumidores a prosperar en una economía sostenible, donde las personas, las ganancias y el planeta se mantengan en equilibrio.

6. Descubriendo el propósito.

Sabiendo que es el propósito y la importancia que tiene en las empresas, existen empresas que no nacen con un propósito, simplemente ven una oportunidad en el mercado y se dedican a explotarla sin pensar en cómo unir a sus trabajadores cuando lo necesiten. A medida que este tipo de empresas llegan a un grado de madurez, les entra una “crisis existencial” para descubrir el porqué fueron creadas, en este punto de quiebre pueden salir adelante descubriendo un propósito superior en su negocio o cerrar por falta de uno.

Este descubrimiento no surge de la nada, cada empresa logra expresar su ideal el cual tiende a compartir algo en común con empresas similares. Es aquí donde encontramos la categoría de propósitos.

7. Categoría de propósitos

Cada empresa tiene distintos ideales para conformar un propósito; que les brinde una identidad y que conforme la filosofía de la empresa.

Platón estableció como ideales trascendentes a lo *bueno*, lo *verdadero* y lo *bello*. Y, estos son intrínsecos a cualquier esfuerzo humano por conseguir algo.

A estos tres ideales, se ha unido uno más *el heroico* para completar un marco de propósitos superiores que yacen en la mayoría de las grandes empresas. Los siguientes ejemplos ilustran cómo estos cuatro ideales son expresados por las grandes empresas del mundo de hoy.

1. El buen servicio a los demás: mejorar la salud, la educación, la comunicación y la calidad de vida
2. El verdadero descubrimiento y la promoción del conocimiento humano
3. La bella excelencia y la creación de la belleza.
4. El valor heroico de hacer lo correcto para cambiar y mejorar el mundo.

7.1 El bien

El primer gran propósito que suelen expresar las grandes empresas es ***el bien***. La forma más común de manifestar este ideal en los negocios es a través del servicio a otros.

El servicio auténtico está basado en una empatía genuina con las necesidades y deseos de los demás. Las empresas dedicadas al gran propósito de servicio a otros buscan formas de hacer crecer la inteligencia emocional de sus organizaciones para que puedan nutrir y fomentar el amor, el cuidado y la compasión hacia clientes, miembros del equipo y la comunidad en general.

Ejemplos de este propósito son:

- The Container Store, que crea valor para sus clientes proporcionando un excelente servicio y productos de calidad que ayudan a la gente a organizar mejor sus vidas. La empresa se considera un negocio que ayuda a las personas a tener una mejor calidad de vida, expresado por: *"Organízate, sé feliz"*.
- Zappos define su propósito como *"entregar felicidad"*. Hace esto a través de un excelente servicio al cliente, productos de alta calidad, precios competitivos, y entrega rápida.

La búsqueda de la felicidad ajena es un sinónimo exacto de la búsqueda del bien. Otros ejemplos de servicios de negocios orientados que ejemplifican el gran propósito del bien incluyen Amazon.com, Nordstrom, JetBlue, Wegmans, Bright Horizons, Starbucks, The Motley Fool y Trader Joe's.

7.2 La verdad

El segundo gran propósito trascendente que anima a muchos grandes negocios es la verdad, es lo que definimos como la *"búsqueda de la verdad y la búsqueda de conocimiento."* Radica en lo emocionante que es descubrir y aprender algo, que nadie ha conocido antes, que el conocimiento humano avanza. A través de tales avances, la calidad de vida humana ha mejorado, el costo de nuestros estilos de vida disminuye, y podemos vivir de manera más saludables y satisfactorias. Colectivamente estamos mejor como resultado de esa búsqueda del conocimiento.

Este gran propósito es el núcleo de algunos de los métodos más creativos y empresas dinámicas en el mundo actual.

Google es un excelente ejemplo de empresa con este tipo de propósito, expresado en: *"para organizar la información del mundo y hacerla universalmente accesible y útil"*.

Esta declaración, deja en claro por qué existe la empresa y cómo crea valor. Aunado a ello, la declaración establece la dirección de la empresa.

Google comenzó simplemente indexando la Web y permitiendo búsquedas rápidas de información textual. Con el tiempo, se ha expandido a libros,

información de audio, contenido de vídeo, imágenes fijas, colecciones de imágenes personales, mapas (recientemente agregando mapas de interiores para centros comerciales y aeropuertos) y un largo etcétera.

Ejemplos de empresas siguiendo fielmente este propósito son:

- **Wikipedia** que ha permitido a las personas perseguir conocimiento de forma rápida y eficaz.
- **Intel y Genentech** han inventado tecnologías nuevas e increíbles como el microprocesador y biotecnología, fomentando el potencial de la humanidad de numerosas formas.

El objetivo principal de las empresas que se rigen bajo este propósito es el descubrimiento de nuevos conocimientos que mejoran, amplían o mejoran nuestras vidas.

7.3 La belleza

El tercer gran propósito trascendente en el núcleo de las grandes empresas es la belleza, que se puede expresar mediante *"la búsqueda de belleza y excelencia, y la búsqueda de la perfección"*.

Un grandioso ejemplo es Apple, con su firme enfoque en crear *"Tecnología increíblemente genial"* que ha mejorado nuestras vidas. La gente ama la belleza de los productos de Apple (como Mac, iPod, iPad y iPhone), no solo en su apariencia sino en el valor que crean para nosotros a partir de su simplicidad y las interacciones tan divertidas que tenemos con ellos.

A partir de la creatividad artística: la música, la pintura, el cine y la artesanía. Empresas como: Four Seasons y BMW crean cosas hermosas y experiencias cercanas a la perfección, guiados siempre por la excelencia.

7.4 Lo heroico

El cuarto tipo de propósito es el heroico, que describe negocios que son motivados por el deseo de cambiar el mundo, no necesariamente a través del servicio a otros o mediante el descubrimiento y la búsqueda de la verdad, o mediante la búsqueda por la perfección, pero sí a través de un prometeico deseo de cambiar realmente cosas.

Una empresa heroica toma riesgos y persevera frente a enormes obstáculos. Mantiene y fortalece sus cualidades humanas al hacerlo, todo al servicio de cambiar el mundo para mejorarlo de una forma tangible.

Uno de los mejores ejemplos de una empresa verdaderamente heroica es el Grameen Bank, iniciado por Muhammad Yunus, en Bangladesh. Su brillante

y hermosa visión era ayudar a acabar con la pobreza y transformar el mundo empoderando a los más pobres.

A Yunus le gusta decir: "*Algún día la pobreza será algo que solo se ve en los museos*". La heroica dedicación de Yunus a poner fin a la pobreza en Bangladesh y en todo el mundo, le concedió el Premio Nobel de la Paz en 2006. Su libro *Banker to the Poor* es una inspiradora historia de una empresa heroica.

8. Conclusión.

El capitalismo consciente es una forma de ver que las empresas pueden ser mejores en cooperación y relaciones para la sociedad, sus pilares nos ayudan a arreglar los problemas sociales que tenemos hoy en día. Esto lo podemos observar a detalle en su primer pilar del propósito, este no solo se aplica a las empresas, lo usamos de inspiración para la vida diaria, darnos un objetivo para seguir estudiando o trabajando. Tener un propósito conjunto en empresas le enseñaría a los empleados la ambición que necesitan para profesar su trabajo, resolvería problemas de desigualdad así como mejoraría los ambientes laborales dándole a la gente un motivo para seguir adelante.

9. Referencias

- Sisodia, R., & Mackey, J. (2019). *Capitalismo Consciente*. Empresa Activa.
- Misión y visión de Nike. Lifeder.com. Ing. Helmut Sy Corvo. Recuperado el 27 de octubre de 2020, de <https://www.lifeder.com/mision-vision-nike/>
- ¿Cuál es la misión de Nike? Nike. Recuperado el 27 de Octubre de 2020, de <https://www.nike.com/mx/help/a/nikeinc-mision>
- Cobián Media, Carlos Cobián. *17 ejemplos de propósitos de una empresa*. (2015). Recuperado el 28 de octubre de 2020, de <https://www.cobianmedia.com/2015/03/04/ejemplos-de-propositos-de-una-empresa/>
- Mackey, Jhon & Sisodia Raj. (2014). *Conscious Capitalism*. Recuperado el 27 de octubre de 2020, de https://drive.google.com/open?id=13VvbMoCxbtpwulTw-VSw_jwB05uVyhb&authuser=0
- Martin, Steve. (2020). *Capitalismo consciente*. Recuperado el 27 de octubre de 2020, https://www.youtube.com/watch?v=9jGhR48_Vck