

DOI: <https://doi.org/10.56712/latam.v4i2.962>

Tendencias investigativas capitalismo consciente: un estudio bibliométrico

Research trends conscious capitalism: a bibliometric study

Sonia Jaquelliny Moreno Jiménez

jaquemj24@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-6145-9796>

Corporación Universitaria minuto de Dios

Medellín – Colombia

Dilson Puerta Moreno

dilsonpuertaabogado@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-2428-7459>

Corporación Universitaria Americana

Medellín – Colombia

Artículo recibido: 26 de julio de 2023. Aceptado para publicación: 10 de agosto de 2023.

Conflictos de Interés: Ninguno que declarar.

Resumen

El capitalismo consciente es un enfoque empresarial que plantea la creación de empresas que generen un impacto positivo en el medio ambiente y en la sociedad. Estas empresas ganan cada vez más espacio en el mercado global y cada vez son más las personas que quieren relacionarse con una empresa que aplique este enfoque. Este enfoque tiene una relación directa con las políticas de desarrollo económico del nuevo modelo de gobierno colombiano, sin embargo, Colombia ni siquiera aparece en la producción internacional de documentos por país ni por año (se realizó una revisión sistémica de la bibliografía relacionada actualizada y especializada focalizada en las bases de datos Scopus, Web of Science y Carrot2, se incluyeron, entre otros, descriptores como “capitalismo sostenible”, “economía verde” y “empresa sostenible”, y sus respectivas combinaciones para ampliar el rastreo y el espectro de resultados, los mismos se seleccionan en base al estándar PRISMA -Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses-. La mayoría de empresas, incluidos sus líderes, que por sus índices destacan y apuntan a un buen futuro, han incorporado este enfoque. Como modelo de negocios este enfoque es para cualquier persona que desee construir un futuro cooperativo, humano y positivo: nos permite crear una empresa que guarde coherencia con las políticas de desarrollo del gobierno local y al mismo tiempo proteger el medio ambiente y ayudar de forma significativa a la sociedad. En consideración de lo anterior, es necesario proponer estrategias para integrar dicho enfoque con el nuevo modelo de gobierno colombiano.


Palabras clave: capitalismo consciente, capitalismo sostenible, economía verde

Abstract

Conscious capitalism is a business approach that proposes the creation of companies that generate a positive impact on both the environment and the society. These companies are gaining more and more space in the global market and more and more people want to be associated with a company that applies this approach. This approach is directly related to the

economic development policies of the new Colombian government model, however, Colombia doesn't even appear in the international production of documents by country or by year (a systematic review of the updated and specialized related bibliography was carried out focused on the Scopus, Web of Science and Carrot2 databases, descriptors such as "sustainable capitalism", "green economy" and "sustainable company" were included, among others, and their respective combinations to broaden the tracking and spectrum of results, those are selected based on the PRISMA standard -Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses-). Most companies, including their leaders, who stand out due to their indices and point to a good future, have incorporated this approach. As a business model, this approach is for anyone who wants to build a cooperative, human and positive future: it allows us to create a company that keeps coherence with local government development policies and at the same time protect the environment and help significantly to society. In consideration of the above, it is necessary to propose strategies to integrate this approach with the new Colombian government model

Keywords: conscious capitalism, sustainable capitalism, green economy

Todo el contenido de LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades, publicados en este sitio está disponibles bajo Licencia Creative Commons . 

Como citar: Moreno Jiménez, S.J. & Puerta Moreno, D. (2023). Tendencias investigativas capitalismo consciente: un estudio bibliométrico. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades* 4(2), 5126–5139. <https://doi.org/10.56712/latam.v4i2.962>

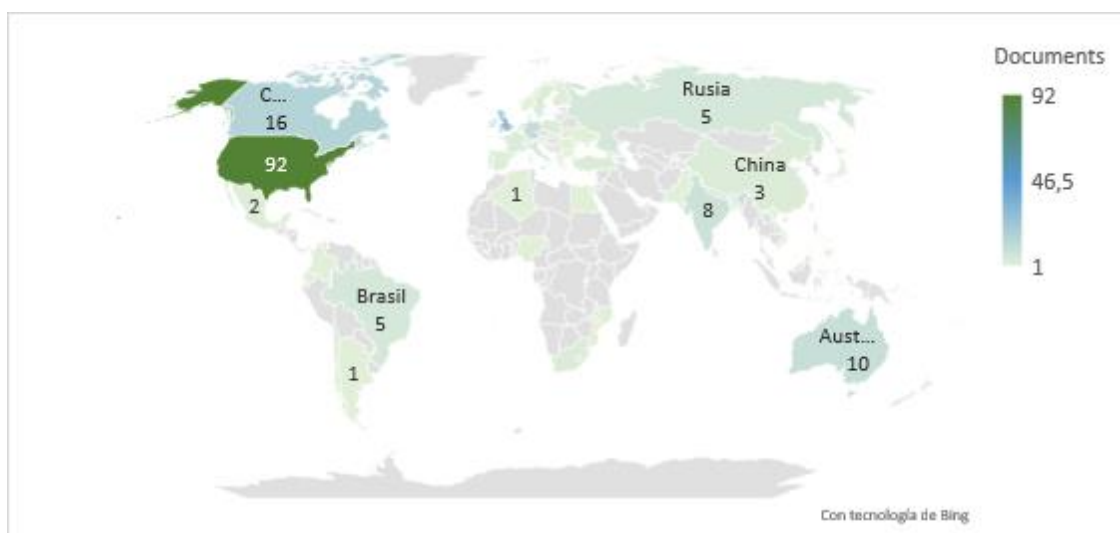
INTRODUCCIÓN

El capitalismo consciente es un enfoque empresarial que plantea la creación de empresas con un propósito superior, es decir que generen un impacto positivo en el medio ambiente y en la sociedad. Este enfoque invita a las empresas a hacer negocios libres del “espíritu heroico de los negocios (...)”, estas empresas ganan cada vez más espacio en el mercado global; cada vez son más las personas que quieren ser empleados, clientes o proveedores de una empresa consciente, es decir, una empresa que aplica el capitalismo consciente: el 48% de las personas elige, o manifiesta su intención de elegir a las empresas que impulsan soluciones para los problemas mundiales, aun por encima o independientemente de los gobiernos locales; el 53% de los consumidores no confía en las empresas porque no tienen un propósito superior; el 72% de los consumidores recomendaría una marca por sus valores sociales; el 67% de los consumidores entienden que la salud de las personas tiene una relación directa con las empresas productoras y procesadores del sector alimentación (Eckschmidt, 2019; Westphalen & De Souza, 2020, pp. 37-47; Kriterblog, 2021).

El capitalismo consciente es un enfoque que tiene una relación directa con las políticas de desarrollo económico del nuevo modelo de gobierno colombiano, pero, paradójicamente Colombia ni siquiera aparece en la producción internacional de documentos por país (de acuerdo con los resultados encontrados en Scopus y web of Science y Carrot2. Ver figura 1), ni en la producción internacionales de documentos por año (ver figura 2). Aunque si ha habido iniciativas, estas se han quedado en un escenario muy nacional, no han sido suficientes ni al nivel necesario teniendo en consideración esa relación, precisamente, este estudio encuentra su justificación en la necesidad y urgencia del trato que debe recibir el tema en relación con dichas políticas.

Figura 1

Producción de documentos por países/territorios

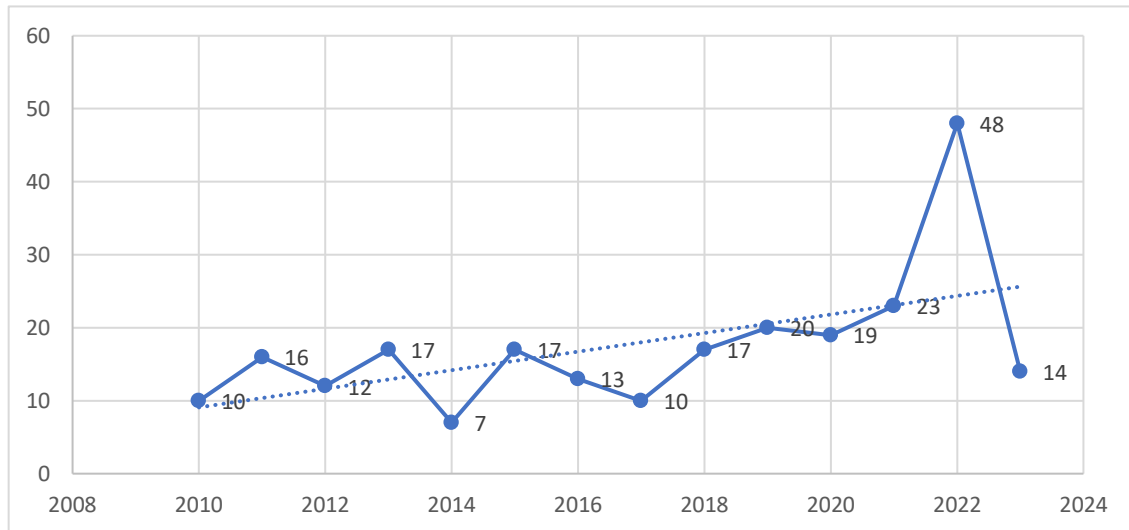


Nota: La figura muestra la producción de documentos por país. Fuente: elaboración propia a partir de datos obtenidos de la base de datos Scopus (2023).

La figura 2 proporciona información sobre la cantidad de documentos relacionados con la temática "Capitalismo Consciente" que fueron indexados en la base de datos Scopus en diferentes años, desde 2010 hasta 2023. El número de documentos ha experimentado un crecimiento gradual a lo largo de los años, lo que indica un aumento en el interés y la investigación en esta área.

Figura 2

Producción de documentos por años



Nota: La figura muestra la producción de documentos por año. Fuente: elaboración propia a partir de datos obtenidos de la base de datos Scopus (2023).

Este análisis revela que el capitalismo consciente es una temática en crecimiento en la investigación académica, con un aumento constante en la producción de documentos relacionados en los últimos años. Esto indica un mayor reconocimiento de la importancia de considerar la sostenibilidad y la responsabilidad social en el contexto empresarial y económico. Es probable que esta tendencia continúe en los próximos años, lo que resalta la relevancia y la urgencia de seguir investigando y promoviendo el enfoque del capitalismo consciente como una forma más equitativa y sostenible de hacer negocios.

El objetivo principal de este estudio busca evidenciar el concepto de capitalismo consciente a nivel empresarial en Colombia integrándose con el nuevo modelo de gobierno. Para ello, es necesario desarrollar, a manera de objetivos auxiliares; una revisión general de la actualidad del concepto de capitalismo consciente en el mundo (lo que implica una resumida explicación de conceptos claves, identificar el estado actual de la ciencia y técnica, y analizar los resultados de la revisión metodológica la cual se desarrolló en tres fases: búsqueda, selección y sistematización); verificar la aplicabilidad del concepto en la empresa colombiana; para finalmente proponer estrategias para integrar el concepto de capitalismo consciente en el nuevo modelo de gobierno colombiano. La mera tendencia que señalan las estadísticas mencionadas en la Introducción (RE: 48%... 53%... 72%... 67%...), ya son una justificación de este estudio.

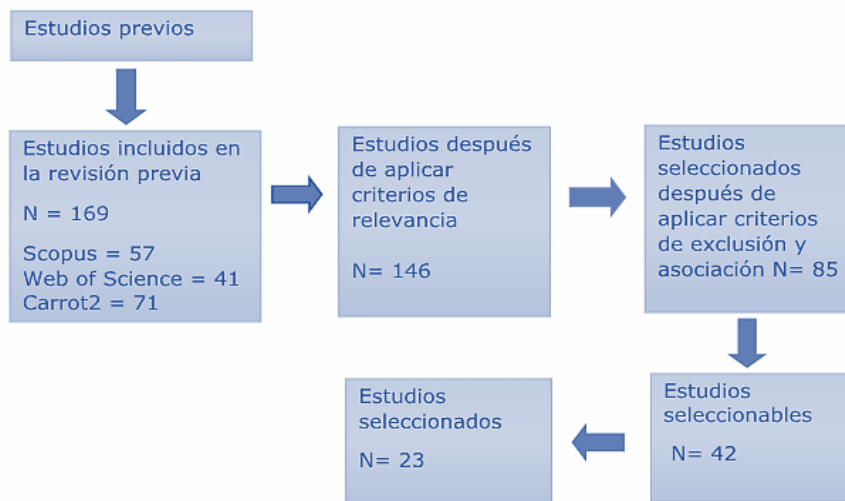
METODOLOGÍA

La búsqueda de información relacionada y la presentación de este estudio dan cuenta de una investigación mixta, un método de investigación analítico y un estudio de tipo descriptivo. Se llevó a cabo una revisión sistémica de la bibliografía, la literatura especializada fue focalizada en las bases de datos científicas Scopus, Web of Science y Carrot2. Como criterios de búsqueda, se incluyeron, entre otros, descriptores como; “capitalismo sostenible” (O’Connor, 2000); “economía verde” (Vargas et al, 2017, pp. 175–186); “empresa sostenible” (Vernis & Iglesias, 2010); dichos descriptores fueron combinados de diversas formas al momento del rastreo con el objetivo de ampliar el espectro de resultados. A continuación, se seleccionan los artículos en base al estándar PRISMA -Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses-,

orientado a revisiones sistemáticas y meta-análisis. Ver figura 3 (Smith et al, 2011, Hernández & Mendoza, 2018; Harrison et al, 2020).

Figura 3

Revisión sistémica



Nota: Desarrollo metodológico de la revisión sistémica bibliográfica. Fuente: elaboración propia.

Como concepto, el capitalismo consciente, es un enfoque empresarial que busca la creación de un propósito superior empresarial. Dicho propósito superior debe ser que la empresa se comporte de manera ejemplar y comprometida con el bienestar de todos los grupos de interés y el medio ambiente, a la vez que genera y fomenta esta política como un valor positivo y consciente en la sociedad. Es un enfoque planteado por John Mackey y Rajindra Sisodia, y que ha tenido una evolución desde finales de la década de los 60, que invita al empresario a pensar más allá de la rentabilidad económica, es decir, a ser productores, o a crear empresa, pero libres del "espíritu heroico de los negocios (...)". Las empresas conscientes, es decir, las empresas que aplican este enfoque ganan, cada vez, más espacio en un mercado, cada vez más global. La conciencia empresarial del propósito superior aumenta el compromiso de quienes trabajan en ella, atraen más clientes y ello significa mayor rentabilidad (Eckschmidt, 2019; Westphalen & De Souza, 2020, pp. 37-47).

El capitalismo consciente propende a la creación de sinergias, mayor compromiso, satisfacción e implicación de todos los grupos de interés, lo que genera un propósito loable y un sentido de empresa compartidos, aumento de la confianza y el crecimiento del espíritu innovador, relaciones a largo plazo y lógicamente todo lo anterior redundando en mejora de los resultados financieros pues cada vez hay mayor participación, más personas quieren ser empleados, proveedores o clientes que comparten el sentido de pertenencia y responsabilidad de la empresa, además de las estadísticas mencionadas en la introducción (RE: 48%... 53%... 72%... 67%...), las empresas conscientes, es decir las empresas que aplican el capitalismo consciente, obtienen 10% más rentabilidad en su índice bursátil, de hecho, los empleados de empresas conscientes coadyuvan, involuntariamente incluso, a consolidar la estabilidad y permanencia de su empresa, en un mercado cada vez más global, que de las que no lo son (Kriterblog, 2021).

El propósito corporativo (u objetivo empresarial), debe incluir y fomentar el propósito superior, es decir que el propósito superior depende del propósito corporativo, al darse esta relación se

incorpora una carga ética a los objetivos comunes de la empresa, por lo que las empresas conscientes pueden ser entendidas como sistemas adaptativos, es decir, dejan de lado la visión tradicional mecanizada de los negocios y se asume que las buenas obras forman parte del propósito corporativo de la empresa. En el capitalismo consciente están integrados los objetivos empresariales, la responsabilidad de cuidado que deben tener todos los grupos de interés (ver 2° punto del tema de sección “PRINCIPIOS DEL CAPITALISMO CONSCIENTE” +++en mi tiempo esto se llama correlación y estaba bien visto, pero ahora sabrá el granito, las instrucciones dicen “no se deben utilizar notas para relacionar las referencias a citas”), y los temas de medio ambiente y rentabilidad.

Para aplicar este enfoque a una empresa cualquiera, la pregunta más importante es, si la empresa ya ha alcanzado el nivel de ganancia ¿qué haremos con esa ganancia?, y si aún no lo ha conseguido ¿cómo se conseguirá? Es importante identificar que la clave es pensar en ganancias justas y sostenibles en el tiempo y con la utilidad fomentar bienes colectivos, fundaciones y movimientos sociales.

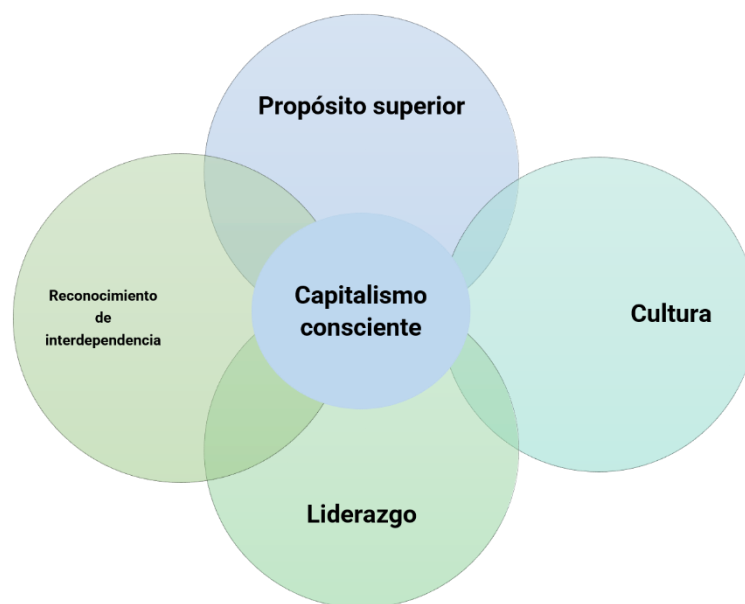
RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Principios del capitalismo consciente

El capitalismo consciente es una filosofía de negocios que busca fomentar un mayor nivel de consciencia en el mundo del comercio. Esta filosofía piensa más allá del bienestar financiero de las organizaciones e integra a todos los actores: ejecutivos, empleados, proveedores y consumidores (Ortega, 2016). Los cuatro pilares fundamentales del capitalismo consciente se evidencian en la figura 4 y se describen a continuación.

Figura 4

Los 4 principios del capitalismo consciente



Nota: Correlación entre los 4 principios del capitalismo consciente. Fuente: Elaboración propia a partir de The Arthur Page Center (2022).

Propósito superior

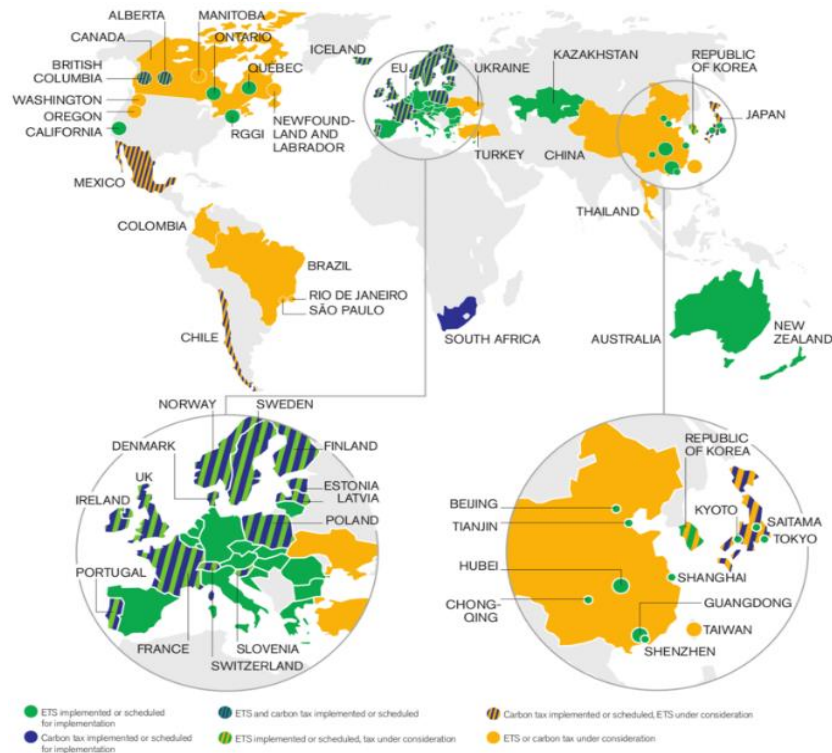
El propósito corporativo de la empresa capitalista consciente debe incluir un propósito superior, es decir, el propósito corporativo debe fomentar el desarrollo del propósito superior; uno que vaya más allá del resultado financiero, uno que considere su impacto en el planeta y en las relaciones que tiene con todos los implicados. Una empresa que tiene un propósito superior claro y amigable tiene un impacto mucho más positivo en el mercado que si simplemente se limita a generar beneficios financieros para los accionistas.

El ecocapitalismo (también llamado capitalismo verde o capitalismo sostenible), es un término, también de finales de la década de 1960, que se confunde con capitalismo consciente. Ecocapitalismo no es sinónimo de capitalismo consciente, como concepto el ecocapitalismo es absorbido por el capitalismo consciente, por ejemplo, el ecocapitalismo tiene la visión de que el capital existe en la naturaleza, es decir, en la naturaleza hay un capital el cual tienen un rendimiento ecológico que se debe cuidar, esto ilustra muy bien la relación que debe tener el concepto con las políticas de desarrollo económico del gobierno local que se mencionaron en los primeros párrafos. Pero el capitalismo consciente va más allá implica que las políticas sobre el mercado que ese capital natural genere deben estar orientadas a que la mayor parte de las ganancias que él obtiene se usen para resolver sus problemáticas asociadas. Supongamos, por ejemplo, una empresa que produce algún derivado de un hidrocarburo, un impuesto por el uso que patrocina sería una forma diferente de discutir y actuar el tema medio ambiental del carbono sin abandonar el progreso y los avances tecnológicos relacionados (Cajigas 2008, citado en Orso et al, 2019. pp. 27-30).

Por cierto, recientemente el alcalde de Medellín decretó la prohibición de circulación de vehículos a gasolina a partir de 2035. Precisamente, el anuncio lo hizo “en el marco del C40 WMS” (World Mayors Summit edición 40, este es un congreso que socializa ejemplos de ciudades que están tomando medidas para implementar presupuestos climáticos e informes de tales gestiones y sus recomendaciones para que otras ciudades consideren esta posibilidad. Esta vez fue celebrado el 21-10-2022, en Buenos Aires, Argentina), según el alcalde, “10 años menos de vida tiene en promedio un habitante de Medellín por la contaminación (la cual es generada en) 90% causada por vehículos (...) 9% de las vidas que se pierden cada año se dan por este hecho (...) el decreto busca que todos los carros nuevos que se compren a partir de 2035 sean eléctricos (...)” (El Colombiano, 22-10-2022). De hecho, son varios los Estados que están incluyendo en sus políticas legislaciones relacionadas con este concepto (Ver figura 5).

Figura 5

Desarrollo actual y potencial nacional y regional



Nota: Descripción general de los instrumentos de fijación de precios del carbono. Fuente: Naumann (2016).

Reconocimiento de interdependencia

En este contexto, interdependencia hace referencia a la dependencia que tienen, entre ellos y con la empresa, todos los grupos de interés (stakeholder), es decir, todos los grupos (o individuos, si actúan a nivel individual), que están implicados en la producción del bien o servicio de la empresa. Los grupos de interés son tanto internos como externos a la empresa, por ejemplo, un grupo de interés interno pueden ser los empleados o los directivos y un grupo de interés externo sería los proveedores o los clientes, el caso es que la empresa necesita de sus accionistas, inversores, empleados, proveedores, clientes y, en especial consideración, el medio ambiente (lo que implica las comunidades propias del lugar en donde está el recurso natural). Supongamos, por ejemplo, una empresa que para producir su bien o servicio necesita extraer una materia prima del medio ambiente, la empresa debe considerar: ¿que se está extrayendo, ¿cómo se está extrayendo?, ¿cuál es su impacto, como se revierten los daños directos y colaterales de su extracción y uso, o como se compensa? Reconocer tal interdependencia, es tener en consideración las necesidades particulares de cada grupo de interés, que todos los implicados se sientan incluidos en el diseño de la propuesta, proyecto, valor compartido (o CSV -Creating Shared Value-), y las decisiones que también los afectan.

Liderazgo

La meta a la que debe(n) apuntar el(los) líder(es) es el propósito superior de la empresa, y su preocupación principal, independientemente de su género, edad y orientación religiosa y política, debe ser cuidar a todos aquellos que son indispensables para lograr dicho propósito. Estos

líderes deben estar comprometidos con la prosperidad colectiva y la integración necesaria para avanzar hacia esa meta.

Para lograrlo, una dimensión espiritual es necesaria. Esta no es una apología sobre la necesidad de una religión, no es una referencia a una religión en particular ni mucho menos implica que para aplicar el capitalismo consciente se deba ser religioso. Hay una diferencia entre espiritualidad y religiosidad que debemos tener en consideración. La religiosidad se refiere al sentido de pertenencia desarrollado hacia una entidad social a la que llamamos iglesia (y ello nos lleva a regirnos por ciertas costumbres, convenciones y dinámicas propias de esa iglesia. De hecho, tiene ciertas ventajas muy sociales, pero tampoco es el objetivo de este artículo dar recomendaciones religiosas). La espiritualidad se refiere al sentido de conferir un valor trascendental a la realidad. Una persona puede ser muy religiosa (dedicada a las costumbres y ritos de la iglesia), pero poco espiritual (incapaz de sentir una experiencia trascendental), o viceversa; muy espiritual, pero nada religiosa (Alpher, 2008. p. 100).

El desarrollo de una dimensión espiritual representa ciertas ventajas para el rol del líder. El capitalismo clásico sostiene la acumulación de objetos como una actividad que confiere estatus de riqueza y prosperidad, por lo contrario, el movimiento minimalista contemporáneo, entendido como la corriente general (tanto artísticamente como de pensamiento), que sólo fomenta la utilización de elementos mínimos y básicos ha producido una nueva relación con los objetos de consumo. Los términos relacionados neoespiritualidad y ecoconsciente (surgen principalmente de los discursos sobre la sostenibilidad ambiental), pretende repensar el objeto como una extensión espiritual de nuestras actividades, es decir, más que simplemente ser “mínimos y básicos” fomenta que los objetos de consumo no causen daño a terceros ni desperdicios, antes bien, que ayude a esos terceros. No es posible evitar el consumo porque vivimos en una sociedad de consumo, “el consumo como tal es inherente a la sociedad (...)” (Sandlin, 2022).

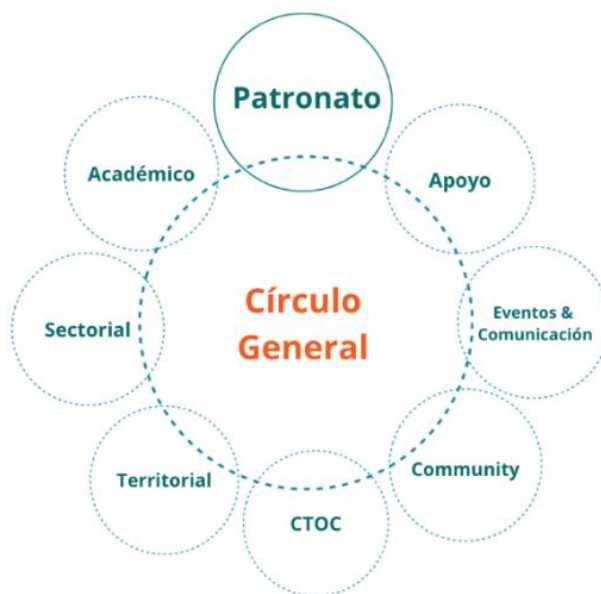
Pero si es posible consumir teniendo valores como autocontrol, disciplina y empatía. De ahí la importancia de que la preocupación principal de los líderes, independientemente de su género, edad y orientación religiosa y política, sea cuidar a todos aquellos que son indispensables para lograr el propósito superior de la empresa. Una dimensión espiritual ayudará al líder a mantener el negocio basado en la integridad personal, es decir, le ayudará a ser consciente de que la empresa que dirige, debe estar, y a mantenerse orientado a que la empresa esté, libre del egocentrismo, el hedonismo, el derroche y el despilfarro, libre del “espíritu heroico de los negocios (...)”.

Cultura

El caso es que la empresa no puede trabajar solo para sus accionistas es necesario integrar a todos los grupos de interés para alcanzar mejores resultados (incluidas las soluciones). Es necesario crear una cultura consciente que reconozca la interdependencia, es decir, la importancia de los grupos de interés, que incluya e integre todo los valores, principios, prácticas que fundamentan el tejido social de una empresa y conectan a todos sus grupos de interés y los relaciona con el propósito superior de la empresa: pasar de ser una empresa común a una que genera o fomenta un movimiento en favor de una causa social, y ello implica que consolida su estabilidad en el medio, lo que, a su vez, también significa, mayor rentabilidad (Ver figura 6).

Figura 6

Círculo Patronato



Nota: El patronato es el órgano de decisión de la fundación. Fuente: Fundación Capitalismo Consciente, España, 2022.

Pasos generales para aplicar el paradigma en Colombia y Latinoamérica

El capitalismo consciente ha emergido como una filosofía empresarial que va más allá de la búsqueda de beneficios y se enfoca en generar un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente. A través de los resultados presentados en distintos estudios, podemos comprender cómo este enfoque busca abordar las necesidades de comunidades racialmente oprimidas, la importancia de una autenticidad en el marketing que refleje los valores conscientes y cómo las empresas pueden adoptar los principios del capitalismo consciente para lograr un éxito financiero a largo plazo y un desarrollo más equitativo.

Kristen Buras (2011), analiza la ecología política que rodea las reformas educativas en Nueva Orleans después del huracán Katrina. Los resultados mostraron que las reformas basadas en el mercado, como la proliferación de escuelas chárter, no atendieron las necesidades de las comunidades racialmente oprimidas. Se observó una privatización de recursos públicos que benefició a intereses blancos, lo que exacerbó la desigualdad racial en la ciudad. Esto destaca la importancia de implementar un enfoque educativo más equitativo que desafíe el poder del mercado y la blancura.

Por su parte Craig J. Thompson y Ankita Kumar (2022), exploran la relación entre la autenticidad y el capitalismo consciente en el comportamiento del consumidor y el marketing. El enfoque semiótico propuesto por los autores mostró cómo las empresas conscientes contrarrestan las asociaciones elitistas y mediante estrategias de marketing auténticas. Esto resalta la importancia de una visión más democrática y críticamente consciente de la educación y el marketing para generar un impacto social y ambiental positivo.

El artículo de Sisodia (2011) refuerza los resultados presentados en los estudios anteriores, argumentando que el capitalismo consciente es una forma más sostenible y rentable de

administrar un negocio en comparación con el capitalismo tradicional. La adopción de los cuatro principios del capitalismo consciente, a saber, propósito superior, orientación a las partes interesadas, espiritualidad y excelencia, ha sido asociada con un éxito financiero a largo plazo y empleados más felices. Expertos como John Mackey (2011) y otros investigadores, se ha demostrado que el capitalismo consciente es una forma práctica y efectiva de administrar un negocio, que puede conducir al éxito financiero a largo plazo y a la creación de valor para todas las partes interesadas. Esto sugiere que el capitalismo consciente puede ser aplicable y beneficioso en el contexto colombiano y latinoamericano con los pasos que se proponen a continuación en la tabla 1:

Tabla 1

Pasos generales para aplicar el paradigma en Colombia y Latinoamérica

Pasos
Adoptar una mentalidad de orientación a las partes interesadas, considerando los intereses de clientes, empleados, proveedores e inversores para generar una colaboración activa y apoyo a los valores de la empresa.
Cultivar una cultura empresarial consciente, centrada en la confianza, el respeto y la colaboración, para promover relaciones saludables y positivas entre los empleados.
Establecer un propósito superior y unos valores deseados los cuales sean fomentados por el propósito corporativo.
Fomentar alianzas y colaboraciones con organizaciones sociales y ambientales para ampliar el alcance y efectividad de las iniciativas conscientes.
Incluir el activismo social orientado a iniciativas comunitarias no políticas.
Integrar indicadores de desempeño consciente que midan el impacto social y ambiental de las operaciones de la empresa, alineados con su propósito y valores.
Promover el consumo responsable, el reciclaje y la reutilización de los recursos para todos los grupos de interés.
Promover la educación y conciencia sobre el capitalismo consciente entre líderes empresariales, emprendedores y la sociedad en general, enfatizando sus principios y beneficios.
Promover prácticas empresariales responsables y transparentes, en línea con la responsabilidad social empresarial (RSE), para generar un impacto positivo en la comunidad y el entorno.
Toma de decisiones y acciones hacia un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente.
Medir el impacto de la producción y del producto, y proponer metas para la disminución de daños colaterales

Nota: Propuesta para la implementación del capitalismo consciente en Colombia y Latinoamérica a partir de los resultados de investigación.

La sencillez y la sobriedad facilitan el capitalismo consciente. Características como el ego, el hedonismo, el derroche y el despilfarro dificultan el proceso. Los directivos tienen que estar libres de estas características las cuales son claras señales de desinterés social. Por esto, es necesario que los directivos sean conscientes de que el modelo de negocio basado en la integridad personal ayuda a construir bienes colectivos duraderos como la educación, la cultura y el bienestar de todos, en suma, una mejor sociedad.

CONCLUSIÓN

Como modelo de negocios, este enfoque, nos permite mantenernos en línea con la práctica obvia de los negocios, Mackey y Sisodia argumentan que los negocios y el capitalismo van de la mano, sin embargo, señalan que la mayoría de empresas y sus líderes, que por sus índices destacan y

apuntan a un buen futuro, son aquellas que han incorporado este paradigma sobre la gestión empresarial. Son ejemplo de empresas exitosas que han aplicado el concepto: Whole Foods Market (fundada y dirigida por el propio John Mackey, uno de los creadores de este paradigma), Google (Larry Page), Zappos (Tony Hsieh), Alqvimia (Idili Lizcano), La Fageda (Cristóbal Colón), Southwest Airlines, UPS, Costco, Panera, The Container Store y Amazon, empresas que hoy son un auténtico valor para todos los grupos de interés (Vernis & Iglesias, 2010).

Este enfoque permanentemente nos invita a una reflexión sobre el rol de los líderes, las acciones empresariales y cómo podemos mantener una empresa que guarde coherencia entre cuidar sus intereses, cuidar del medio ambiente, ayudar de forma significativa a la sociedad y las políticas de desarrollo del gobierno local (Eckschmidt, 2019).

El capitalismo consciente es para cualquier persona que tenga la esperanza de construir un futuro cooperativo, humano y positivo. Se espera de los directivos de la empresa de capitalismo consciente, comportamientos ejemplares, responsables y comprometidos basados en el bienestar de todos los grupos de interés (La República, 09-09-2021).

El eje fundamental del capitalismo consciente es la empresa, aunque se espera que los líderes tengan determinadas características, los comportamientos y las acciones de la empresa consciente también deben ser ejemplares, responsables, comprometidos y que propendan por esos mismos valores. La organización de la empresa debe estar orientada a utilidades justas y sostenibles en el tiempo, a conseguir sus ganancias con respeto por el medio ambiente y por todos los grupos de interés, y a fomentar con las utilidades bienes colectivos, fundaciones y movimientos sociales (La República, 09-09-2021).

La implementación del capitalismo consciente en Colombia y Latinoamérica representa una oportunidad para generar un impacto positivo y sostenible en la sociedad y el medio ambiente, a la vez que asegura el éxito financiero a largo plazo de las empresas. A través de los principios del capitalismo consciente y su aplicación práctica, podemos avanzar hacia un modelo empresarial más equitativo y responsable, donde el enfoque en el bienestar de todas las partes interesadas se convierta en la piedra angular de un desarrollo económico y social sostenible.

REFERENCIAS

Alpher, M (2008). Dios esta es el cerebro. Norma S.A. Colombia.

Buras, K. (2011). Race, charter schools, and conscious capitalism: On the spatial politics of whiteness as property (and the unconscionable assault on black New Orleans). *Harvard Educational Review*, 81(2), 296-331.

Comfama, Colombia. (27-07-2022). ¿Qué es el Capitalismo consciente? Disponible en: <https://www.comfama.com/gerencia-social/capitalismo-consciente/que-es-el-capitalismo-consciente/> (18-10-2022; 16:00 GMT).

Eckschmidt, T. (2019, 6 de febrero). ¿Por qué las empresas necesitan un propósito superior? [video] disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=PCdT0GpwuX0&t=22s> (14-10-2022; 17:30 GMT).

El Colombiano, Colombia. (22-10-2022). Pese a cuestionamientos, Quintero firmó decreto que prohíbe circulación de vehículos a gasolina. Disponible en : <https://www.elcolombiano.com/antioquia/alcalde-daniel-quintero-prohibe-circulacion-de-vehiculos-a-gasolina-y-diesel-DD18936353> (30-10-2022; 13:00 GMT)

El País, España. (28-02-2002). Ecocapitalismo. Disponible en: https://elpais.com/diario/2002/03/01/sociedad/1014937209_850215.html (30-10-2022; 13:15 GMT).

Fundación Capitalismo Consciente, España. (2022). Capitalismo consciente-organización. Disponible en: <https://capitalismoconsciente.es/quienessomos/la-filosofia/> (22-10-2022; 21:00 GMT).

Fyke, J.P., Feldner, S.B. and May, S.K. (2016), Discourses about Righting the Business ← → Society Relationship. *Business and Society Review*, 121: 217-245. <https://doi.org/10.1111/basr.12086>

Hernández Sampieri, R & Mendoza Torres, C. (2018). Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. Universidad Nacional Autónoma de México, México. Disponible en: <http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/bitstream/54000/1292/1/Hernández- Metodología de la investigación.pdf> (30-10-2022; xxxGMT).

Kriterblog, España. (2021). ¿Qué es el capitalismo consciente? Disponible en: <https://blog.kriter.net/que-es-el-capitalismo-consciente> (22-10-2022; 20:00 GMT).

La República, Colombia. (09-09-2021). Capitalismo consciente. Disponible en: <https://www.larepublica.co/analisis/jorge-ivan-gomez-531636/capitalismo-consciente-3214053> (30-10-2022; 19:00 GMT).

Mackey, J. (2011). What Conscious Capitalism Really is: A Response to James O'Toole and David Vogel's "Two and a Half Cheers for Conscious Capitalism." *California Management Review*, 53(3), 83–90. <https://doi.org/10.1525/cmr.2011.53.3.83>

Mackey, J; Sisodia, R; George, B. (2013). *Conscious Capitalism*. Tiene dos editores: Harvard Business Review Press (en inglés); y en español: Urano (en español); tiene 2 ISBN: 1422144208 y 9781422144206; y se puede descargar en pdf de la página <https://es.ok.lat/book/2342883/7e0fcb>

Ó Connor, J. (2000). ¿Es posible el capitalismo sostenible? *Population Papers* 6(24).

Orso Borile, G; Da Rocha, J; Munhoz Olea, P. (2019). Ecocapitalismo, capitalismo verde e a dimensão ecológica da esfera econômica: projeto, falácia ou nada disso?. *Amazon's Research and Environmental Law* 7(1). Disponible en: <http://www.faar.edu.br/portal/revistas/ojs/index.php/arel-faar/article/view/353> (30-10-2022; xxxxGMT).

Sandlin, J; Wallin, J. (2022). Decluttering the Pandemic: Marie Kondo, Minimalism, and the “Joy” of Waste. *Sage journal* 22(1). Disponible en: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/15327086211049703> (22-10-2022; 18:00 MGT).

Sisodia, R. S. (2011). Conscious Capitalism: A Better Way to Win: A Response to James O’Toole and David Vogel’s “Two and a Half Cheers for Conscious Capitalism.” *California Management Review*, 53(3), 98–108. <https://doi.org/10.1525/cmr.2011.53.3.98>

The Arthur Page Center. (2022). Conscious Capitalism: A Definition. Disponible en: <https://pagecentertraining.psu.edu/public-relations-ethics/corporate-social-responsibility/lesson-2-introduction-to-conscious-capitalism/conscious-capitalism-a-definition> (23-10-2022; 9:00 MGT).


Thompson, C. J., & Kumar, A. (2022). Analyzing the Cultural Contradictions of Authenticity: Theoretical and Managerial Insights from the Market Logic of Conscious Capitalism. *Journal of Marketing*, 86(5), 21–41. <https://doi.org/10.1177/00222429221087987>

Universidad de California, EUA. Disponible en: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-74252000000200002 (30-10-2022; xxxGMT).

Vargas Pineda, O; Trujillo González, J; Torres Mora, A. (2017). La Economía Verde. *Revista de Investigación Agraria y Ambiental* 8(2), 175–186. Universidad Nacional Abierta y a Distancia, Colombia. Disponible en: <https://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/riaa/index> (30-10-2022; 9:15 GMT).

Vernis Domènech, A; Iglesias Pié, M. (2010). Empresas que inspiran futuro ocho casos de emprendedores sociales. ESADE. España.

Westphalen Moreira, V; De Souza Verschoore, J. (2020). Framework for platform businesses based on conscious capitalism. *Revista de Gestao Social e Ambiental* 14(2), pp. 37-47. Disponible en: <https://rgsa.emnuvens.com.br/rgsa/article/view/2255>. <https://doi.org/10.24857/rgsa.v14i2.2255>. (22-10-2022; 18:15 GMT)

Todo el contenido de **LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades**, publicados en este sitio está disponibles bajo Licencia [Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) .