

CAPITALISMO CONSCIENTE

Por: Andrés A. Escalante


Profesor de economía y director de las carreras de administración y finanzas de la Facultad de Negocios, UPC.

No hace mucho tiempo, vivíamos una vida muy corta y, para la mayoría, mísera. La cooperación social de entonces, orquestada por muy poca especialización, hizo del acceso a una de por sí insuficiente producción de bienes y prestación de servicios, el privilegio de algunos. La pobreza era la constante y para la mayoría de la gente su objetivo era sobrevivir en adversidad y sufrimiento.

Esta realidad, sin embargo, cambia, según Mokyr (2010),¹ por una convergencia de cambios, tanto filosóficos, como institucionales, a favor del pensamiento crítico y del cuestionamiento y, paralelamente, de la puesta en valor del conocimiento y la innovación comercialmente. Y vista la propiedad intelectual como un activo intangible por primera vez, es decir, vistas las ideas como propiedad privada, el emprendimiento, generado por la creatividad, financiado por el capital y estimulado por un mejor mañana, logró hitos impensables. Como resultado de los cambios institucionales desde ese entonces, el capitalismo ha reducido la pobreza significativamente y podría hacer de ella un flagelo del pasado. Aquellos privilegios de entonces, hoy son la norma para la mayoría. Y cada vez más gente tiene acceso a mayores niveles de producción y de prestación de servicios. En la historia de la humanidad no existe mejor experimento social y económico para generar prosperidad que el capitalismo.

¿Por qué, entonces, el capitalismo nunca ha sido bien visto del todo, particularmente en los países pobres? ¿No tiene, acaso, suficiente evidencia a su favor? Se critica, en parte, porque no es difícil de asociarlo a fenómenos, como las burbujas, los fraudes, la corrupción, la degradación ambiental, los despidos masivos, la desigualdad y hasta la pobreza. Es por ello que el desencanto con la economía de mercado ha llegado a límites cimeros y actualmente se cuestiona, inclusive, la sostenibilidad del capitalismo.

¹ Joel Mokyr, *The Enlightened Economy: An Economic History of Britain 1700-1850*. New Haven, CT: Yale University Press, 2010.



Sin embargo, ninguno de esos fenómenos es intrínseco al capitalismo. Muchos de ellos, como la pobreza, por ejemplo, han existido siempre. En el capitalismo, los mercados son libres y la competencia es leal; impera la ley; y existen instituciones sólidas y sobretodo inclusivas, inconsistentes, con dicha asociación. Estos fenómenos, en su mayoría, como argumenta Meltzer (2012),² son más el resultado de las debilidades universales del ser humano, como la deshonestidad, la hipocresía, la venalidad, el facilismo, el inmediateismo, que otra cosa. Pero, como es por ellas que somos moralmente imperfectos y, por tanto, también lo son nuestras instituciones, como dijo Immanuel Kant (1784),³ una defensa moral del capitalismo resultaría insuficiente. Entonces, para deslindar al capitalismo de estos fenómenos, sería mejor evitar que ocurran. Pero ¿cómo evitar que vuelvan a surgir estos desastres?

¿Cómo evitar los grandes fraudes (e.g., Enron, Volkswagen, Madoff-Ponzi)? ¿La corrupción institucionalizada (e.g., Odebrecht)? ¿Las burbujas especulativas? Una de ellas nos llevó a la Gran Recesión de 2007, de consecuencias catastróficas financieramente. ¿Cómo evitar, adicionalmente, un creciente malestar social, generado por la ilusión de riqueza (e.g., Chile)? ¿O generado por la falta de dinamismo económico resultante de políticas mercantilistas (e.g., Perú) o de excesivo intervencionismo estatal y de otras malas ideas que solo generan malas instituciones (e.g., Venezuela, Argentina, Bolivia)? ¿Cómo?


Para muchos, la respuesta estaría en una manera diferente de hacer negocios. Vivimos en una época de grandes interrogantes. Es de meridiana claridad que las formas tradicionales de hacer negocios, en general, han resultado ineficaces y hasta perjudiciales, como contraproducentes. El capitalismo, tal y como se practica, es inadecuado. Y ello parte del error de conceptualizar el objetivo medular de las empresas en términos de la creación legal de riqueza solo para beneficio de sus propietarios.

Es un error mas no porque esté equivocado, sino porque está incompleto; y seguirá así en tanto y en cuanto tratemos el bienestar de la gente como un medio y no como un fin. Esta ortodoxia, según Kay (2007),⁴ es egoísta, porque solo busca el bienestar material de los propietarios del negocio; es instrumental porque usa a la gente cual objeto

² Allan H. Meltzer, *Why Capitalism?* New York: Oxford University Press, 2012.

³ Immanuel Kant. 1784. "Ideas for a Universal History with a Cosmopolitan Purpose." Citado en Isaiah Berlin (1990), *The Crooked Timber of Humanity: Chapters in the History of Ideas*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

⁴ John Kay, 2011. *Obliquity: Why our Goals are Best Achieved Indirectly*. London, UK: Profiles Books.



y según necesidad; y es limitado porque desestima el impacto que la actividad empresarial tiene en la sociedad y en el planeta. Gracias a esta ortodoxia, las empresas trasladan sus costos sociales, cuales externalidades negativas, a las generaciones actuales y futuras, como al medio ambiente. Ello lógicamente no es moral ni tampoco sostenible.

Mackey y Sisodia (2013),⁵ ante esto, proponen una manera diferente de hacer negocios, centrándose en relaciones de largo plazo entre la empresa y todos sus *stakeholders*: empleados y accionistas, proveedores y clientes, comunidad y Estado e incluso medio ambiente. Para ello, sugieren una nueva cultura empresarial multidimensional, sostenida por convicción y por la que trabajarían líderes con inteligencia sistémica. Ello, para Mackey y Sisodia, haría de la empresa una organización responsable y del capitalismo un sistema económico "consciente".

El capitalismo consciente, filosóficamente, plantea una manera alternativa e integral de hacer negocios que busca abordar los inconvenientes del egoísmo, el instrumentalismo y las limitaciones, que cual enfoque, han sido parte de la norma durante mucho tiempo y, ciertamente, la fuente de las críticas; apuesta por amplificar el sinfín de beneficios del capitalismo y reducir, eliminar y hasta revertir sus costos. Demasiadas empresas generan dinero a expensas del bienestar social, cultural, ambiental, intelectual, físico y espiritual. Demasiadas empresas extraen valor en lugar de crear valor. Los negocios deben y pueden realizarse con un espectro de efectos positivos; ¿por qué tener un efecto "principal" positivo y muchos efectos "secundarios" negativos?

Y en cuanto cultura solidaria, las empresas responsables o conscientes, crean culturas arraigadas en la confianza, la autenticidad, el cuidado, la transparencia, la integridad, el aprendizaje, el empoderamiento, entre otras cualidades.

El capitalismo consciente asume que los negocios son buenos porque crean valor; éticos por se llevan a cabo voluntariamente; nobles porque pueden elevar nuestra existencia; y heroicos porque reducen la pobreza y generan prosperidad. Pero para ello se necesita de empresas responsables, las que existen en términos del emprendimiento con propósito, inclusivo, consciente y solidario. Tanto así, que los cuatro pilares en los que se basa el capitalismo consciente son: i) propósito

⁵ John Mackey and Raj Sisodia, 2013. *Conscious Capitalism: Liberating the Heroic Spirit of Business*. Boston, MA: Harvard Business School Publishing Corporation.

superior; ii) orientación hacia los *stakeholders*; iii) liderazgo consciente; y iv) cultura solidaria.

En cuanto a propósito, se trata de uno superior que trascienda el mero hecho de hacer dinero. Este propósito superior debe ser esa diferencia que la compañía trata de hacer en el mundo. Al centrarse en su propósito superior, una empresa inspira, se compromete y compromete y energiza a todos sus *stakeholders*. En cuanto a la orientación hacia las partes interesadas, reconocemos la naturaleza interdependiente de la vida y los fundamentos humanos de los negocios, por lo que la empresa necesita crear valor con y para todos sus grupos de interés. El liderazgo consciente, por su lado, comprende y adopta dicho propósito y se centra en crear valor armónicamente con los intereses de todas las partes involucradas del negocio. Y en cuanto a cultura solidaria, las empresas responsables o conscientes, crean culturas arraigadas en la confianza, la autenticidad, el cuidado, la transparencia, la integridad, el aprendizaje, el empoderamiento, entre otras cualidades.

En el capitalismo consciente, la visión del mercado como elemento corruptor o espacio en que se desarrollan juegos de suma cero, donde uno pierde lo que otro gana; o como un espacio que fomente conductas poco humanas, solo porque se persigue el interés propio, es falaz. Comportarse según el interés propio no es inconsistente con la empatía. Adam Smith (1759)⁶ sostuvo que más allá del egoísmo personal, existen principios en la naturaleza humana que conllevan al interés por el destino de otros y que generan felicidad, al margen de extraer algo de ese destino que esté más allá del placer de contemplarlo. Para Smith, el ideal del mercado descansa en la ética del respeto y de la honestidad de uno con el otro y no en un mero intercambio interesado e instrumental. En efecto, no es una mera razón instrumental lo que nos anima a realizar millones de intercambios voluntarios diariamente; también nos mueve un sentido de dignidad propia y respeto por el otro y por lo que es de otros— virtudes, todas, sin las que una sociedad libre colapsaría y que el mercado promueve mejor que cualquier otra institución.

El capitalismo consciente, para Mackey y Sisodia, sería la forma de evitar estos desastres y neutralizar, tanto el desencanto con la economía de mercado, como el cuestionamiento al capitalismo. Y ante la interrogante de que si podemos o no cambiar la manera de hacer negocios, pues la respuesta es afirmativa. El capitalismo ha demostrado

⁶ Adam Smith. 1759. *The Theory of Moral Sentiments*. Repr. Indianapolis, IN: Liberty Fund, 1982.

ser un sistema flexible y adaptable. Es más, en donde se le ha permitido florecer, ha florecido; solo necesita de un buen sistema legal e instituciones afines. En su versión consciente, se propone un enfoque diferente de gestión empresarial, a partir de una reforma cultural organizacionalmente, centrado en la persona y sus virtudes y no en sus vicios. No es omnímodo ni va a solucionar todos los problemas eficientemente, pero si queremos mayor riqueza para todos y conservar nuestras libertades, deberíamos considerar esta alternativa seriamente.