

# **Capitalismo consciente: guía conceptual para la transformación cultural y operativa de las pequeñas y medianas empresas en Cumaral, Meta, Colombia**

## **Conscious capitalism: conceptual guide for the cultural and operational transformation of small and medium enterprises in Cumaral, Meta, Colombia**

Álvaro José Osorio Benavides<sup>1</sup>

Salomón Cortina Jaramillo<sup>2</sup>

Martha Catalina Ospina Hernández<sup>3</sup>

Margarita Vesga Díaz<sup>4</sup>

*Universidad Nacional Abierta y a Distancia, Colombia*

### **Resumen**

El capitalismo consciente promueve un modelo de negocio que integra el éxito económico con el bienestar social, ambiental y espiritual, buscando crear un enfoque empresarial equilibrado y sostenible. En Colombia, la mayoría de las pequeñas y medianas empresas (pymes) operan dentro de marcos tradicionales que a menudo pasan por alto el desarrollo sostenible y la creación de valor holístico. Este estudio busca explorar cómo el capitalismo consciente puede facilitar transformaciones culturales y operativas en las pymes, mejorando su rendimiento organizacional al tiempo que apoya el bienestar social. La investigación adopta una metodología sistemática que comienza con una revisión exhaustiva de la literatura sobre los principios fundamentales del capitalismo consciente, incluyendo propósito superior, orientación hacia los *stakeholders*, liderazgo consciente y cultura consciente. Posteriormente, un enfoque analítico identifica cómo estos principios pueden adaptarse dentro de contextos organizacionales. El marco

---

<sup>1</sup> Estudiante de la Maestría en Gerencia de Proyectos, UNAD, <https://orcid.org/0009-0002-9936-6266/> ajosoriob@unadvirtual.edu.co

<sup>2</sup> Estudiante de la Maestría en Gerencia de Proyectos, UNAD, <https://orcid.org/0009-0005-9879-3540/> scortinaj@unadvirtual.edu.co

<sup>3</sup> Profesor investigador, UNAD, <https://orcid.org/0000-0001-9911-7556/> martha.ospina@unad.edu.co

<sup>4</sup> Profesor investigador, UNAD, <https://orcid.org/0009-0008-6265-1729/> margarita.vesga@unad.edu.co

conceptual establecido aquí sirve como base para el desarrollo de futuras herramientas de diagnóstico, orientadas a evaluar y guiar a las pymes hacia prácticas más sostenibles. Este trabajo aspira a proporcionar una hoja de ruta para la implementación del capitalismo consciente, abordando tanto las oportunidades como los desafíos en el panorama empresarial de Cumaral, Meta, Colombia. Al adoptar esta filosofía, las pymes pueden fortalecer su resiliencia en el mercado, fomentar la lealtad de los stakeholders y perseguir compromisos más significativos y rentables.

**Palabras clave:** capitalismo consciente, propósito superior, liderazgo consciente, stakeholders, cultura consciente.

### **Abstract**

Conscious Capitalism advocates a business model that integrates economic success with social, environmental, and spiritual well-being, aiming to create a balanced and sustainable approach to business. In Colombia, most small and medium-sized enterprises (SMEs) operate within traditional frameworks that often overlook sustainable development and holistic value creation. This study seeks to explore how Conscious Capitalism can facilitate cultural and operational transformations in SMEs, enhancing organizational performance while supporting societal welfare. The research adopts a systematic methodology beginning with an extensive literature review on Conscious Capitalism's core principles, including Higher Purpose, Stakeholder Orientation, Conscious Leadership, and Conscious Culture. Following this review, an analytical approach identifies how these principles can be adapted within organizational contexts. The conceptual framework established here serves as a basis for developing future diagnostic tools aimed at assessing and guiding SMEs toward more sustainable practices. This work aspires to provide a roadmap for implementing Conscious Capitalism, addressing both the opportunities and challenges within the business landscape of Cumaral, Meta, Colombia. By embracing this philosophy, SMEs may strengthen their market resilience, foster stakeholder loyalty, and pursue more meaningful and profitable engagements.

**Keywords:** Conscious capitalism, higher purpose, conscious leadership, stakeholders, conscious culture.

### **1. Introducción**

Un modelo de negocio sensato busca generar beneficios económicos, sociales y medioambientales de forma conjunta. Sin embargo, el modelo capitalista tradicional se centra en la rentabilidad económica de los proyectos. García (2011) señala que, si bien el capitalismo ha impulsado

el crecimiento económico y tecnológico, a menudo prioriza los resultados económicos sobre el bienestar social y medioambiental, descuidando el bien común, por lo que es asociado con desigualdad socioeconómica, deterioro ambiental y falta de transparencia empresarial (Dabat *et al.*, 2015).

Por lo tanto, se destaca la importancia de adoptar una filosofía empresarial consciente. Empresas con esta mentalidad suelen superar consistentemente los principales índices bursátiles a largo plazo, logrando un retorno de inversión del 1.025 % en comparación con el 122 % del índice S&P 500 (Mackey & Sisodia, 2013).

En el municipio colombiano de Cumaral, la estructura empresarial está formada por pequeñas y medianas empresas. Según Forero & Peña (2021), “en 2017 se registraron 2748 empleos formales, con la agricultura como el sector más relevante, que empleó a 1355 personas, seguido de los servicios financieros y empresariales, servicios sociales, manufactura, comercio, construcción, transporte, minería, petróleo, así como los servicios de electricidad, gas y agua. La economía de Cumaral se basa en el sector primario, caracterizándose por una baja complejidad y diversidad, lo que podría explicar el limitado número de empleos formales en relación con la población total del municipio” (Forero & Peña, 2021).

Tomando como problema de investigación ¿Cómo pueden las pequeñas y medianas empresas en Cumaral transformar sus organizaciones a nivel cultural y operativo siguiendo los principios del capitalismo consciente como oportunidad de mejora?; se decidió elaborar un análisis argumentativo sobre implementar el capitalismo consciente al contexto de las pequeñas y medianas empresas del municipio como estrategia de transformación a nivel cultural y operativo. Además, brindar una línea de soporte conceptual del tema para el desarrollo de futuras herramientas de diagnóstico que decidan construirse.

La metodología trabajada consistió en una revisión sistemática de información en diferentes bases de datos académicas sobre la conceptualización de la filosofía consciente, los beneficios y casos de estudio de empresas que lo han implementado. Finalmente, se presentó un análisis conceptual del capitalismo consciente adaptado a los modelos de negocios de las medianas y pequeñas empresas del municipio de Cumaral, Meta.

## **2. Metodología**

La metodología comenzó con un proceso de revisión sistemática de la literatura. Las bases de datos académicas seleccionadas para esta revisión fueron *Web of Science* y *Scopus*. Los términos de búsqueda utilizados en la ecuación de búsqueda incluyeron "Capitalismo

consciente", "Empresas conscientes", "Triple beneficio", "Rentabilidad", "Rendimiento financiero", "Resultados financieros", "Práctica de negocios", "Estrategias corporativas", "Innovación social", "Percepción del consumidor", "Imagen corporativa", "Responsabilidad social corporativa", "Propósito superior", "Orientación hacia stakeholders", "Liderazgo consciente" y "Cultura consciente". Estos términos se combinaron para ampliar la diversidad de resultados potenciales. Las ecuaciones utilizadas en cada base de datos se presentan en la Tabla 1.

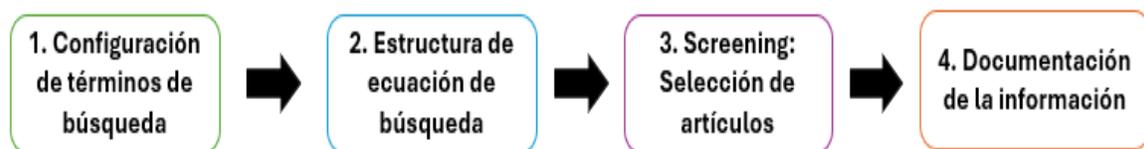
**Tabla 1. Algoritmos seleccionados para la búsqueda de información**

Base de datos	Ecuación de búsqueda
Web Of Science	"Conscious capitalism"(All Fields) or "Conscious companies" (All fields) or "Triple benefit" (All fields) and "Higher purpose" (All fields) or "Stakeholder orientation" (All fields) or "Conscious leadership" (All fields) or "Conscious culture" (All fields)
Scopus	(ALL ("Conscious capitalism") OR ALL ("conscious companies") OR ALL ("Triple benefit") AND ALL ("Higher purpose") OR ALL ("Stakeholder orientation") OR ALL ("Conscious leadership") OR ALL ("Conscious culture") AND PUBYEAR > 2002

*Nota.* Esta tabla muestra la ecuación de búsqueda en las bases de datos académicas.

Una vez se descargaban los artículos encontrados, se pasaba al proceso de aprobación y desaprobación del material encontrado mediante una técnica de screening: selección y depuración de artículos de acuerdo con los temas a documentar en la presente investigación tal y como se muestra en la Figura 1.

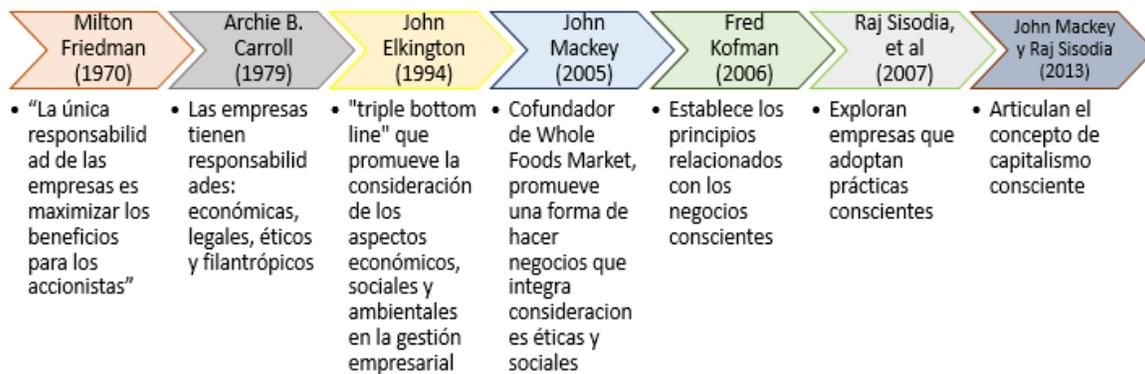
En total se encontraron 443 artículos entre las dos bases de datos que estaban relacionados con las ecuaciones de búsqueda. Sin embargo, después de la depuración se seleccionaron un total de 32 artículos que eran más acorde a los conceptos a documentar en la investigación.



*Figura 1.* Metodología seleccionada como flujo de trabajo. *Nota.* El gráfico representa la metodología empleada para la búsqueda de los artículos seleccionados.

### 3. Discusión

Los conceptos de negocios y capitalismo consciente emergen como enfoques relativamente recientes en el ámbito empresarial, pero su evolución está intrínsecamente ligada al desarrollo del debate sobre la responsabilidad empresarial, el cual comenzó a cobrar importancia a mediados del siglo XX. En la Figura 2, se presenta una variedad de autores que analizan la responsabilidad empresarial desde la óptica del bienestar social, en contraste con aquellos que argumentan que su objetivo primordial es garantizar beneficios económicos para los inversionistas. Esta dualidad de enfoques resalta la necesidad de un paradigma más inclusivo y sostenible en el ámbito empresarial.



*Figura 2.* Línea de tiempo sobre diferentes planteamientos sobre las responsabilidades empresariales. *Nota.* Este gráfico representa diferentes perspectivas de los planteamientos sobre la responsabilidad empresarial.

El capitalismo consciente, tal como lo definen Mackey & Sisodia (2013), se fundamenta en cuatro principios esenciales. En primer lugar, el propósito superior, que impulsa a las empresas a trascender la mera generación de beneficios económicos, buscando generar un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente. En segundo lugar, el interés por todos los *stakeholders*, que busca equilibrar las necesidades de empleados, clientes, proveedores y la comunidad. En tercer lugar, la cultura consciente, que promueve un entorno laboral saludable y la participación activa de los empleados en la toma de decisiones. Finalmente, el liderazgo consciente, que prioriza la responsabilidad y la ética en la gestión empresarial. Estos principios no solo enriquecen el desempeño organizacional, sino que también contribuyen a la creación de un modelo de negocios más equitativo y sostenible. La Figura 3 contextualiza estos principios de manera gráfica.

Propósito superior	Interés por todos los stakeholders	Liderazgo Consciente	Cultura Consciente	Referencias
Las empresas deben reconocer la importancia de los beneficios, pero no deben anteponerlos a la ética, el cuidado del medio ambiente y los valores humanos, como el respeto hacia las personas. La sostenibilidad de la rentabilidad a largo plazo es crucial, pero no a costa de estos principios fundamentales.	Las organizaciones se dedican a atender las necesidades de todas las partes involucradas, como empleados, clientes y la comunidad, y no se limitan únicamente a los aspectos financieros. Su rendimiento se evalúa no solo en relación con las ganancias, sino también en cuanto a su impacto social y ambiental.	Los CEOs actúan como líderes al servicio de los demás, en lugar de ser personalidades destacadas. Su remuneración es relativamente baja en comparación con otros ejecutivos y se fundamenta más en acciones a largo plazo que en sueldos elevados. Dirigen a través de valores comunes en lugar de imponer directrices.	" Dentro de la organización, sus culturas reflejan un notable sentido de "comunidad", fomentado por un elevado grado de involucramiento de los empleados en el proceso de toma de decisiones y en la distribución de la propiedad y los beneficios.	(O'toole y Vogel, 2011)
Las organizaciones necesitan un objetivo que trascienda la mera obtención de beneficios. Deben aspirar a tener un impacto positivo en el bienestar de la sociedad y el medio ambiente de manera sustancial.	Apreciar la interconexión entre empleados, clientes, proveedores, comunidades y el entorno, entendiendo que su bienestar es fundamental para el éxito de la empresa.	Los líderes deben implementar un enfoque consciente, fundamentado en principios y ética, que valore el bienestar de todas las partes interesadas por encima de las ganancias inmediatas.	Fomentar una cultura dentro de la organización que se base en la confianza, la colaboración y la innovación, favoreciendo tanto el crecimiento personal como profesional de los empleados, junto con un sólido compromiso ético y social.	(Mackey y Sisodia, 2013)
Operar con un propósito más elevado transmite entusiasmo y vitalidad tanto a los clientes como a los empleados, apelando a la dimensión emocional y al sentido de justicia social de todos los involucrados.	El principio fundamental del Capitalismo Consciente es entender cómo los intereses de los accionistas están interrelacionados con los de todas las partes involucradas.	Un líder consciente se fundamenta en la habilidad de cada persona para distinguir entre lo legal y lo ético. Asimismo, se dedica a los valores y al propósito de la empresa, priorizando estos aspectos sobre su propio beneficio.	Una cultura consciente abarca características como la confianza, la autenticidad, el cuidado, la transparencia, la integridad, el aprendizaje continuo y el empoderamiento.	(Simpson et al, 2013)
Motivar, involucrar y revitalizar a las partes interesadas, aumentando así su nivel de compromiso para generar y liberar energía dentro de la organización.	"Un ecosistema empresarial que genera valor para todas las partes interesadas con una propuesta de ganar-ganar-ganar", reflejando el bienestar de la sociedad, socios, inversores, clientes y empleados.	Los líderes conscientes reconocen y adoptan el propósito más elevado de la empresa, centrándose en generar valor y equilibrar los intereses de todas las partes involucradas.	Refleja características como la confianza, la autenticidad, el cuidado, la transparencia, la integridad, el aprendizaje y el empoderamiento.	(The Arthur Page Center, 2022)

**Figura 3.** Conceptualización de los cuatro pilares del capitalismo consciente. *Nota.* Esta ilustración presenta los conceptos fundamentales de los cuatro pilares del capitalismo consciente.

#### 4. Conclusiones

La adopción del capitalismo consciente en las pequeñas y medianas empresas (pymes) implica una transformación profunda en sus valores y en su cultura organizacional. Al priorizar el bienestar de todas las partes interesadas, estas empresas no solo enriquecen su impacto social y ambiental, sino que también se alinean con un propósito más elevado. Este cambio puede fomentar la lealtad de los clientes, lo que a su vez se traduce en un rendimiento financiero más sólido y sostenible a largo plazo. Este enfoque se fundamenta en principios como la autenticidad, el cuidado, la transparencia, la integridad, el aprendizaje continuo y el empoderamiento de los empleados.

Para implementar una transformación cultural y operativa que refleje esta filosofía, es fundamental cultivar un ambiente colaborativo que promueva la participación activa de los empleados en el proceso de toma de decisiones. Esta participación no solo incrementa el compromiso del personal, sino que también estimula la innovación y la adaptabilidad en un entorno de mercado dinámico. De esta manera, las pymes no solo

fortalecen su resiliencia y competitividad, sino que también se posicionan como líderes responsables en el ámbito empresarial.

## Referencias

- Carroll, A. (1979). A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. *The Academy of Management Review*, 4(4), 497–505. <https://doi.org/10.2307/257850>
- Dabat, A., Hernández, J., & Vega, C. (2015). Capitalismo actual, crisis y cambio geopolítico global. *Journal of Economic Literature (JEL)*, 12(36), 62-89. <https://www.scielo.org.mx/pdf/eunam/v12n36/1665-952X-eunam-12-36-00062.pdf>
- Elkington, J. (1998). Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business. *Journal Environmental Quality Management*, 37-51. [https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/5578099/mod\\_resource/content/1/Elkington\\_Triple\\_Bottom\\_Line.pdf](https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/5578099/mod_resource/content/1/Elkington_Triple_Bottom_Line.pdf)
- Friedman, M. (13 de septiembre de 1970). The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. *The New York Times Magazine*. [https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-540-70818-6\\_14](https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-540-70818-6_14)
- Forero, A., & Peña, S. (2021). *Informalidad y retos laborales en el municipio de Cumaral: bases para la formulación e implementación de una política pública de empleo, emprendimiento y trabajo decente*. (Tesis de maestría). Universidad de los Andes. <https://repositorio.uniandes.edu.co/server/api/core/bitstreams/f0a98a60-c77d-41fc-82a0-3275b2cc6cc5/content>
- García, S. (enero de 2021). Capitalismo consciente y capital humano: claves para solucionar la crisis del sistema capitalista. *Revista Capital Humano* <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3362769>
- Kofman, F. (2006). *La empresa consciente: Como construir valor a través de valores*. Aguilar. [https://books.google.com.co/books?id=UcxwEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.co/books?id=UcxwEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)
- Mackey, J. (2011). What conscious capitalism really is. *California Management Review*, 53(3), 83–90. <https://doi.org/10.1525/cmr.2011.53.3.83>
- Mackey, J., & Sisodia, R. (2013). *Conscious Capitalism: Liberating the Heroic Spirit of Business*. Harvard Business Review Press.
- O’toole, J., & Vogel, D. (2011). Two and a half Cheers for Conscious Capitalism. *California Management Review*, 53(3), 60-76. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1525/cmr.2011.53.3.60>
- Simpson, S., Fisher, B., & Rohde, E. (2013). The Conscious Capitalism Philosophy Pay Off: A Qualitative and Financial Analysis of Conscious Capitalism Corporations. *Journal of Leadership, Accountability and Ethics*, 10(4), 19-29. [http://www.na-businesspress.com/jlae/simpsons\\_web10\\_4\\_.pdf](http://www.na-businesspress.com/jlae/simpsons_web10_4_.pdf)
- Porter, M., & Kramer, M. (2011). Creating shared value. How to reinvent capitalism-and unleash a wave of innovation and growth. *Harvard Business Review*. (pp. 1-17). <https://www.communitylivingbc.ca/wp-content/uploads/2018/05/Creating-Shared-Value.pdf>
- The Arthur Page Center. (2022). *Conscious Capitalism: A definitions*. <https://archive.pagecentertraining.psu.edu/public-relations-ethics/corporate-social-responsibility/lesson-2-introduction-to-conscious-capitalism/conscious-capitalism-a-definition/>