



Think Camp 2013: PENSAR LA EMPRESA COMO UNA COMUNIDAD

*Por la Unión Social de Empresarios
de México (USEM), A.C.*

Por Adrián Ruiz de Chávez Villafuerte

Los pasados 29, 30 de noviembre y 1 de diciembre, en Cuernavaca, Morelos, la USEM México llevó a cabo su ejercicio anual de pensamiento Think Camp 2013 con el tema: "Pensar la empresa como una comunidad".

Con la participación de más de 50 asistentes, entre socios de la USEM e invitados, el objetivo principal del Think Camp 2013 fue dedicar unos días a reflexionar de qué forma el contexto socioeconómico y cultural que vivimos

impacta en nuestras comunidades, qué podemos hacer ante ello y por dónde empezar a actuar.

El panel de expositores estuvo integrado por el Dr. Adrián Ruiz de Chávez, filósofo, consultor y coordinador del Departamento de Humanidades de la Universidad Anáhuac; el Dr. Manuel Velasco y Arzac, doctor en Educación y director de la Facultad de Humanidades de la Universidad La Salle; el Mtro. Miguel del Castillo, profesor e investigador



del Departamento de Estudios Generales del ITAM; Jason Tyne, filósofo y empresario global, y el Dr. Alfredo Villafranca Quinto, empresario, doctor en sociología y profesor e investigador del ITAM.

Impacto en la comunidad

Una conclusión derivada de los análisis presentados, es que el modelo económico imperante y el contexto cultural que vivimos han impactado negativamente a nuestras comunidades. Es así que hoy podemos hablar de dos grandes paradigmas económicos: uno dice que la generación de riqueza es para servir al prójimo, y otro que considera a las personas un bien de consumo que ha establecido una explotación abierta y brutal, y que ha permitido que 32 millones de personas (0.7 %) controlen el 41 % de la riqueza del mundo.

Así mismo, hoy vivimos un complejo contexto cultural al que varios autores llaman posmodernidad, en el que si bien hay logros que celebrar la mayoría de las personas tienden a llevar una existencia superficial, apática, sin solidaridad social, centradas en sus propios intereses y en satisfacer sus deseos. El filósofo Gilles Lipovetsky le llama "La era del vacío". Joseph Stiglitz concluye que este feroz individualis-

mo más el fundamentalismo del mercado que vivimos, ha traído como consecuencia una poca necesidad de comunidad y de confianza entre las personas.

Ante esta realidad, ¿qué hacer?

La propuesta es precisamente regresar a la comunión, a una economía solidaria. Y atrevemos a pensar diferente. La economía de comunión busca generar riqueza humana en un marco de solidaridad y crear empresas para la sociedad. Esta es un movimiento que ya ha iniciado y podemos verlo en empresas como magazineluiza.com.

¿Por dónde empezar?

Una propuesta es comenzar por el trabajo y la introspección personal, y por identificar y poner en práctica factores que pueden convertir a nuestra empresa en una comunidad. De esta forma también contribuimos en la reconstrucción de nuestro tejido social, pues en la comunidad lo más valioso es el bien de las personas.

Integrar una comunidad

Algunos factores que integran más una comunidad:

- El trabajo juntos para conseguir objetivos arduos, retos, comunes. El esfuerzo común, de todos unidos.
- Vivencias de experiencias comunes (pueden ser hechos relevantes en sentido positivo, como triunfos, éxitos, aventuras; o, aún en sentido negativo, tales como tragedias, accidentes o duelos). La historia común.
- Propósitos comunes, ampliamente compartidos y logrados. Y el trabajo conjunto de planeación, realización, evaluación. Esto es, pensar juntos.
- La convivencia, con sus subidas y bajadas, dificultades y logros. Tolerarse juntos.
- Apoyar a los compañeros, sea animándolos, proporcionándoles recursos, echándoles porras o "no estorbando" conscientemente. El apoyo común.
- Enfrentar los riesgos, los fracasos y tomar las medidas para "no rajarse" (sic) y proseguir con la frente en alto, en la lucha, con tenacidad y espíritu de superación, ayudan más que los éxitos inmediatos. La lucha en común.
- El sacrificio personal por el otro que lucha a mi lado, cueste lo que cueste. "Salvarle la vida". La entrega común.
- Ser responsable del otro, o de los otros. Hacerse cargo en el sentido más amplio. Un equipo común. Una comunidad común.
- La confianza del líder. Y la confianza en el líder.
- La comunión común! de Perogrullo: la unidad común. Comunicación de ida y vuelta.

Las presentaciones de los expositores con todos los datos pueden descargarse del sitio www.thinkcamp.mx. ●