

# Millonario dona empresa por causa social: ¿futuro de la filantropía?



**Donar una empresa** a una causa social podría ser el **futuro de la filantropía**, opinó [Raj Sisodia](#), líder del [Centro de Empresas Conscientes](#) del **Tec de Monterrey**, al hablar sobre el caso de la compañía de ropa [Patagonia](#)

**Yvon Chouinard**, fundador de esta empresa, anunció hace días que donaría su compañía valuada en **3 mil millones de dólares**, manteniendo su operación y destinando las ganancias a la lucha contra el cambio climático.

*"Cuando tienes un claro sentido de **propósito** y **valores centrales** en una compañía, puedes usarla como plataforma para hacer una diferencia"*, señaló Sisodia.

*"Es una clara y pura **consciencia** alrededor de su **propósito**. **Todo se trata del propósito**"*, añadió.

La empresa Patagonia fue donada en su totalidad para generar ganancias destinadas a la lucha contra el

**Donar empresas, ¿el futuro de la filantropía?**

Sisodia mencionó que el caso de Patagonia es un **avance**, pero que también no podría ser replicado por todos.

*“Uno no esperaría que todas las compañías lleguen tan lejos como Patagonia, pero nos muestra lo que una **empresa con principios** puede hacer. Se trata de encontrar **soluciones rentables** para los **problemas del mundo**”,* mencionó Raj.

El **profesor distinguido del Tec** señala que la acción de la compañía con origen en esa empresa es un ejemplo vivo del **capitalismo consciente**, movimiento con el que Raj busca **sanar al mundo desde las empresas**.

*“Diría que si analizas el espectro del **capitalismo consciente** en los diferentes grados de consciencia, Patagonia está hasta el final. Es una **clara y pura consciencia** alrededor de su **propósito**”,* indicó.

***“Este no es un negocio con una misión, sino una misión con un negocio” - Raj Sisodia.***

### **Acciones de las empresas para promover el capitalismo consciente**

Sisodia añadió que a pesar de que no todas las empresas puedan o quieran seguir el camino que tomó Patagonia, hay algunas **acciones** que pueden realizar para promover el capitalismo consciente.

*“Pueden adaptar los principios del capitalismo consciente, tener un **propósito superior** relacionado a resolver los **problemas reales** de las **personas** en el planeta y de igual manera no contribuir a esos problemas.*

*“Descubrir la manera en que queremos **servir** a nuestros públicos, incluida la **sociedad**, el **planeta** y los **clientes**”.*

De igual manera, Raj señaló que las empresas pueden enfocarse en ayudar no solo **financieramente**, sino también en temas **físicos, emocionales e intelectuales**, entre otras.

*“Ahora que conocemos el impacto, también conocemos nuestra **responsabilidad**. Sabemos exactamente cuáles son las **consecuencias de nuestras acciones**, y por lo tanto, debemos ser responsables de ellas.*

*“Debemos comenzar a liderar y manejar nuestros **negocios** de una manera **consciente**”.*

Raj lidera el Centro de Empresas Conscientes del Tec de Monterrey. width="900" loading="lazy">

La donación de Patagonia a una causa social

Fue a mediados de septiembre del 2022 cuando **Patagonia** transformaría su **modelo de negocios** con base en su **propósito**.

En lugar de generar riqueza para los inversores, donarían el **dinero** de las **ganancias** para proteger al mundo ante el **cambio climático** y para defender la **naturaleza**.

*“Cada año, el **dinero** que generemos luego de reinvertir será distribuido como un **dividendo** para ayudar a **enfrentar la crisis**”,* señaló en un comunicado.

La familia, dueña de la empresa, transfirió la propiedad valuada en alrededor de **3 mil millones de dólares** a un **fideicomiso** sin recibir un beneficio fiscal.

Además, transfirieron sus **acciones** con derecho a voto a una entidad encargada de la **continuidad de la empresa** y a la donación de las ganancias que genere la compañía.

*“Patagonia es una **compañía rentable y exitosa**, pero todo sirve a un **propósito**. En la mayoría de las compañías ese propósito es la ganancia de dinero. Sin embargo, en Patagonia, la gente, los clientes y hasta las ganancias sirven al propósito de la organización.*

*“Este no es un **negocio con una misión**, sino una **misión con un negocio** creado para ayudar a salvar al planeta”,* aseguró Raj.

El profesor del Tec añadió que acciones como la de **Chouinard**, de 83 años, pueden hacer que **otras empresas se inspiren** y busquen mediante el capitalismo consciente un propósito, **generar valor para sus públicos** y **crear una visión** para sanar el mundo desde las empresas.

Patagonia y su propósito de ayudar al mundo

Raj narra cómo Yvon encontró un propósito al iniciar su empresa creando **herramientas para alpinistas**, notando que podría contribuir a disminuir los efectos de la contaminación generados por sus procesos y productos.

*“Yvon estaba produciendo equipo para ayudar a los alpinistas a escalar, como picos o martillos, pero se dio cuenta de que estaban **afectando al medio ambiente**. Sus productos eran dejados por los alpinistas y a veces causaban erosión”,* relata Raj.

Fue entonces que Chouinard dio un giro a su empresa ofreciendo **ropa y accesorios** para exteriores, pero buscando disminuir su **impacto** en el **medio ambiente** y además apoyando a la causa social de la lucha contra la crisis climática.

*“Esa es la mentalidad de Patagonia, no hacer daño al ambiente. Con el tiempo, el **cambio climático** se fue convirtiendo en un **problema grave** y creciente, por lo que se **comprometieron con la causa de manera pública**”,* explica Sisodia.

Algunas de las acciones realizadas por Patagonia incluían no solo a la compañía de Chouinard, sino también a **empresas** con quienes tenía alianzas como **Walmart**.

*“Patagonia es una empresa conocida, pero no es una empresa tan grande, pero Yvon Chouinard decía: ‘Si puedo hacer que esas **empresas grandes** cambien, aunque sea un poco, eso puede generar una **gran diferencia** en el mundo’.*

*“Siempre ha tenido esa **mentalidad**. No solo como **líder** de una **empresa**, sino como **líder de un movimiento**”, menciona Raj.*

La empresa Patagonia fue donada por el multimillonario Yvon Chouinard para combatir el cambio climático

La necesidad de una revolución copernicana para poner al centro a las personas  
Raj habló sobre el **liderazgo** y la necesidad de tomar las riendas en los temas sociales importantes como la **crisis climática**.

Según un [informe de la ONU](#), el 75 % de los ecosistemas terrestres y el 66 % de los marinos se encuentran gravemente alterados, mientras la población se ha multiplicado y la contaminación va en aumento, al igual que la temperatura del mundo.

Sisodia aseguró, que es necesaria una **revolución copernicana**, aludiendo a **Nicolás Copérnico**, uno de los hombres que aseguraba que la Tierra no era el centro del universo, sino parte de un sistema más grande.

*“Necesitamos una **revolución copernicana** en la **manera en que hacemos negocios**. Hemos puesto las ganancias al centro como si fuera el centro del universo y alrededor están las personas, otras especies y la naturaleza a las cuales usamos.*

*“Eso necesita cambiar porque estamos destruyendo nuestros ecosistemas y el planeta. Necesitamos poner a la **vida** en el **centro**, a las **personas** y a **otras especies**. La gente no puede florecer en un mundo que se marchita”, finaliza Sisodia.*

***“La gente no puede florecer en un mundo que se marchita”.***

**LEE MÁS:**