

MODELO HÍBRIDO PARA LA HUMANIZACIÓN DE LA ECONOMÍA EMPRESARIAL Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA



John Fredy Avendaño Mancipe
William Eduardo Pulido Talero



Colección de Investigación

**MODELO HÍBRIDO PARA LA
HUMANIZACIÓN DE LA
ECONOMÍA EMPRESARIAL
Y LA RESPONSABILIDAD
SOCIAL CORPORATIVA**

Corporación Universitaria Minuto de Dios

UNIMINUTO

2023



Rector General Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO

P. Harold Castilla Devoz, cjm

Vicerrectora General Académica

Stéphanie Lavaux

Director de Investigaciones–PCIS

Tomás Durán Becerra

Subdirectora Centro Editorial–PCIS

Rocío del Pilar Montoya Chacón

Rector Bogotá Presencial

Jefferson Enrique Arias Gómez

Vicerrector Académico Bogotá presencial

Nelson Iván Bedoya Gallego

Director de Investigación Rectoría UNIMINUTO Bogotá

Benjamín Barón Velandia

Coordinadora de Publicaciones Rectoría UNIMINUTO Bogotá

Lorena Cano Vergara

Decano Facultad de Ingeniería

Jhon Camilo Cifuentes Taborda

Avendaño Mancipe, John Fredy

Modelo híbrido para la humanización de la economía empresarial y la responsabilidad social corporativa / John Fredy Avendaño Mancipe y William Eduardo Pulido Talero. Bogotá: Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO, 2023.

279 páginas, ilustraciones, figuras y tablas.

Incluye referencias bibliográficas páginas 271-279

ISBN: 978-958-763-686-4 (digital)

ISBN: 978-958-763-685-7 (impreso)

Colección de investigación

1.Responsabilidad social en los negocios -- Estudio de casos 2.Industria -- Aspectos sociales 3.Teoría económica -- Investigaciones 4. Protección del medio ambiente --Estudio de casos i.Pulido Talero, William Eduardo (autor)

CDD: 658.4083 A93m BRGH Registro Catálogo Uniminuto No. 105468

Archivo descargable en MARC a través del link: <https://tinyurl.com/bib105468>

Modelo Híbrido Para la Humanización de la Economía Empresarial y La Responsabilidad Social Corporativa

Autores

John Fredy Avendaño Mancipe y William Eduardo Pulido Talero.

Asistente editorial

Leonardo Alfonso Bernal Prieto

Corrección de estilo

Gloria Patricia Forero

Diseño y diagramación

Magaly Rodríguez Herrera

Primera edición digital 2023

Proceso de arbitraje doble ciego:

Recibido del manuscrito: julio de 2021

Evaluado: agosto de 2022

Ajustado por autores: noviembre de 2022

Aprobado: marzo de 2022

Corporación Universitaria Minuto de Dios–UNIMINUTO

Calle 81 B # 72 B – 70

Bogotá D. C.–Colombia 2023

Esta publicación es el resultado de la investigación *Modelo Híbrido Para la Humanización de la Economía Empresarial y La Responsabilidad Social Corporativa*, con código: C119-176 financiado por la por la VIII Convocatoria para el Desarrollo y Fortalecimiento de los Grupos de Investigación en UNIMINUTO, de la Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO.

®Corporación Universitaria Minuto de Dios–UNIMINUTO. Todos los capítulos publicados en *Modelo Híbrido Para la Humanización de la Economía Empresarial y La Responsabilidad Social Corporativa*, fueron seleccionados por el Comité Científico de acuerdo con los criterios de calidad editorial establecidos por Institución. El libro está protegido por el Registro de propiedad intelectual. Los conceptos expresados en los artículos competen a los autores, son su responsabilidad y no comprometen la opinión de UNIMINUTO. Se autoriza su reproducción total o parcial en cualquier medio, incluido electrónico, con la condición de ser citada clara y completamente la fuente, siempre y cuando las copias no sean usadas para fines comerciales, tal como se precisa en la Licencia Creative Commons Atribución – No comercial – Compartir Igual que acoge UNIMINUTO.

TABLA DE CONTENIDO

DEDICATORIA	7
AGRADECIMIENTOS	9
PRÓLOGO	11
AUTORES	15
INTRODUCCIÓN	17
RESUMEN	29
CAPÍTULO 1	33
<i>TEORÍAS ECONÓMICAS Y TEORÍAS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA</i>	
CAPÍTULO 2	117
<i>METODOLOGÍA PROPUESTA PARA IMPLEMENTAR EL MODELO HÍBRIDO DE LA HUMANIZACIÓN DE LA ECONOMÍA EMPRESARIAL Y RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA</i>	
CAPÍTULO 3	131
<i>RESULTADOS</i>	
CAPÍTULO 4	229
<i>COMPONENTES Y PRINCIPIOS DEL MODELO HÍBRIDO DE HUMANIZACIÓN DE LA ECONOMÍA EMPRESARIAL Y RESPONSABILIDAD SOCIAL</i>	
CONCLUSIONES	239
ÍNDICE DE TABLAS	245
ÍNDICE DE FIGURAS	253
ANEXOS	263
REFERENCIAS	271

DEDICATORIA

Deseamos dedicar este libro a la familia Avendaño Mancipe, conformada por María Elena y Nicolás, a sus hijos Juan Sebastián y Cindy Vanessa, igualmente a Mary, Jeison, Arley y Alejandro, a la señora María del Pilar, a la familia Pulido Talero, y a quien fuera fuente de nuestra inspiración, el economista John Forbes Nash.

AGRADECIMIENTOS

Deseamos manifestar nuestros agradecimientos a quienes, directa o indirectamente, contribuyeron al desarrollo de este libro, a la Dra. Lilia Patricia López Vázquez docente del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, y de la misma forma a la Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO por gestionar esta publicación, igualmente y de manera especial, queremos agradecer a la M.A. Lucila Aguilar Zacarías, Dr. Roberto Hernández Sampieri, Dra. Christian Paulina Mendoza Torres, y la Dra. Natalie Díaz de la Universidad de Celaya, Guanajuato en México.

Por otra parte, agradecemos a los estudiantes de pregrado de las asignaturas de fundamentos de administración, habilidades gerenciales, dirección y liderazgo, costos de producción, fundamentos de economía, mercadeo, investigación de mercados, gestión de proyectos, proyecto de empresa, metodología de la investigación, y a mis estudiantes de posgrado de los cursos mercadeo estratégico operacional, gestión de mercado y clientes, finanzas y negocios internacionales, economía empresarial, responsabilidad social corporativa de la Especialización en Gerencia y la Especialización en Inteligencia de Mercados y Comercio Electrónico, a mis estudiantes de los cursos de administración financiera y finanzas corporativas de la Especialización en Gerencia Financiera y la Maestría en Administración (MBA).

PRÓLOGO

El presente libro marca un hito en el campo de la investigación, ya que revela los resultados de un estudio exhaustivo y profundo sobre la humanización de la economía empresarial y la responsabilidad social corporativa. Durante el proceso de elaboración los investigadores realizaron un riguroso proceso de recolección de datos, análisis y reflexión crítica. Los hallazgos presentados en estas páginas no solo arrojan luz sobre el tema, sino que también abren nuevas puertas al conocimiento y a la comprensión en este campo. Los lectores podrán realizar un viaje fascinante a través de los descubrimientos y las conclusiones derivadas de este estudio considerado pionero en el conocimiento, que contribuirá a enriquecer el debate académico y a guiar futuras investigaciones en la materia.

Los autores (John Fredy Avendaño Mancipe y William Eduardo Pulido Talero) han demostrado una amplia experiencia en investigación, contribuyendo a la generación de conocimiento y abordando una variedad de temas relevantes en el ámbito empresarial nacional e internacional. Su enfoque se centra en la innovación y su medición como factor clave para el éxito empresarial, así como en la humanización de la economía empresarial y la responsabilidad social corporativa aplicada en las pymes del sector de confecciones en la ciudad de Bogotá D.C. Además, ha desarrollado un simulador financiero específico para PYMES y emprendedores colombianos, modelo de formación virtual para PYMES y ha explorado las nuevas tendencias gerenciales del siglo XXI. En el ámbito educativo, han investigado temas como el fortalecimiento de la orientación profesional en la educación media para reducir la deserción en la educación superior, la articulación de la educación media y superior colombiana desde las

humanidades, y los avances de la neuroeducación en el proceso de enseñanza-aprendizaje. También ha contribuido al fomento de semilleros investigativos y ha analizado escenarios empresariales posconflicto en Colombia. Su investigación abarca temas socioeconómicos y educativos de relevancia, como la competitividad de Colombia frente a Latinoamérica y la educación como factor estratégico para el desarrollo, la violencia en los colegios, el papel del educador, la inclusión educativa, el aprendizaje basado en problemas, la bioética y la formación integral en el ámbito universitario. Estos estudios reflejan el compromiso de los autores con la generación de conocimiento y su impacto en la sociedad colombiana.

En el presente libro se presentan los resultados de una investigación que tiene como objetivo principal diseñar un modelo teórico que identificar y comprender si existe desconocimiento por parte de las PYMES sobre temas clave como filantropía, inversión social, transparencia, rendición de cuentas, ética, valores y principios en los negocios, derechos humanos, trabajo, empleo, gobernabilidad corporativa, desarrollo sostenible, impactos sobre el medio ambiente y relaciones con proveedores. A través de la exploración y análisis de datos empíricos, este libro ofrece una perspectiva novedosa sobre los desafíos que enfrentan las PYMES en relación con la gestión de temas de responsabilidad social empresarial, y propone un marco teórico sólido y práctico para abordar estos problemas. Este libro es esencial para aquellos interesados en la investigación de la responsabilidad social empresarial y el impacto social de las empresas en la comunidad y el medio ambiente.

La humanización de la economía empresarial y la responsabilidad social corporativa son dos conceptos interrelacionados que han ganado una creciente atención en los últimos años. La humanización de la economía empresarial se refiere a la idea que las empresas no sólo deben buscar maximizar sus ganancias, sino también tener en cuenta el impacto de sus acciones en la sociedad y el medio ambiente. Por su parte, la responsabilidad social corporativa se centra en la gestión ética y sostenible de las empresas, que implica no sólo cumplir con las normativas legales, sino también actuar en beneficio de las partes interesadas, como los empleados, clientes, proveedores, la comunidad local y el medio ambiente. En conjunto, estos enfoques buscan promover una economía más justa, sostenible y equilibrada, que reconozca la importancia de la responsabilidad empresarial en la sociedad.

A manera de colofón podemos resaltar que desde la intencionalidad del trabajo desarrollado y considerando los conceptos claves abordados: “humanización”, “economía empresarial”, “responsabilidad social corporativa”, se pueden entender como un conjunto de enfoques y prácticas que buscan promover una gestión empresarial más ética, sostenible y consciente de su impacto social y ambiental. La humanización de la economía empresarial implica el reconocimiento de la importancia de las personas en la gestión empresarial, no sólo como recursos productivos, sino como seres humanos con necesidades, expectativas y derechos. La responsabilidad social corporativa, por su parte, busca que las empresas asuman un papel activo en la consecución de objetivos sociales y ambientales, más allá de su función económica. En este sentido, la implementación de un modelo de gestión empresarial que incorpore la humanización y la responsabilidad social corporativa puede mejorar la imagen y reputación de la empresa, aumentar la satisfacción y lealtad de los empleados y clientes, y generar valor para la sociedad en general. Además, esta relación entre las palabras clave puede conducir a la creación de un modelo económico más equilibrado, justo y sostenible, que tenga en cuenta el impacto de las acciones empresariales en la sociedad y el medio ambiente.

Algunos beneficios ofrecidos para los lectores y empresas que apliquen este modelo son los siguientes: evolucionar y convertirse en una empresa ecosostenible, generar conciencia en el momento de desarrollar productos y prestar servicios, ser amigables con el medio ambiente, promover los derechos humanos, eliminar la discriminación laboral, cumplir con los objetivos de desarrollo sostenible, cumplir con lo establecido en el pacto global, promover los principios de sostenibilidad, contribuir a la mitigación del cambio climático, promover el consumo responsable, adoptar mejores prácticas de manufactura, adoptar procesos y procedimientos industriales sostenibles, mejorar la calidad de vida laboral, promover al desarrollo humano sustentable, implementar el desarrollo sostenible, implementar una gerencia más humana y responsable, incrementar el cumplimiento de sus indicadores de economía verde.

En conclusión, este libro representa un valioso aporte al campo de la investigación sobre la humanización de la economía empresarial y la responsabilidad social corporativa. Los resultados presentados aquí no solo brindan una visión profunda y fundamentada sobre estos temas, sino que también plantean nuevas preguntas y perspectivas que invitan

a futuros estudios. La importancia de este trabajo radica en su capacidad para generar un impacto positivo y significativo en el ámbito de las PY-MES, ya que los hallazgos y recomendaciones que se desprenden de esta investigación tienen el potencial de guiar políticas, estrategias y prácticas. Por lo tanto, invitó a los lectores a sumergirse en las páginas de este libro, explorar los resultados que se presentan y ser parte del diálogo en constante evolución sobre esta temática. La contribución más importante de esta obra sirve de motivación a investigadores, académicos y profesionales a profundizar en este campo, con el objetivo de generar un cambio significativo y sostenible en nuestra sociedad.

Leonardo J. Caraballo

Universidad Santo Tomás, Bucaramanga.

AUTORES



John Fredy Avendaño Mancipe

E-mail: mancipeavendano@outlook.com

Doctor en Administración Universidad de Celaya año 2022, Magíster en Educación Universidad la Gran Colombia año 2017, Especialista en Gerencia de Mercadeo Estratégico Universidad Piloto de Colombia año 2005, Especialista en Pedagogía y Docencia Universitaria Universidad la Gran Colombia año 2010, Administrador de Empresas Universidad Piloto de Colombia año 2003 y Director Especialización en Gerencia y Especialización en Mercadeo de la Universidad la Gran Colombia de la Facultad de Postgrados y Formación Continuada desde el año 2008. Docente Universitario de la Corporación Universitaria Minuto de Dios, Universidad Santo Tomás, Universidad la Gran Colombia, Universidad Libre, Universidad Militar Nueva Granada, Universidad Autónoma de Colombia, Universidad Católica de Colombia, Colegios Online Colombia y Lauvirtual.

ORCID:

<https://orcid.org/0000-0001-5306-7733>

GOOGLE SCHOLAR:

<https://scholar.google.es/citations?user=asW8wKMAAAAJ&hl=es&oi=ao>



William Pulido Talero

Ingeniero industrial, Magíster en consultoría de empresas, Magíster en educación, y Doctor en educación de la Universidad Autónoma de Barcelona España, director técnico del centro tecnológico de la confección ASITEC España, director de Ingeniería Industrial en la Corporación Universitaria Minuto de Dios–UNIMINUTO Bogotá Colombia, Profesor Universitario, consultor de empresas y autor del libro *Educación superior y desarrollo socioeconómico estudio de caso ingeniería industrial UNIMINUTO*.

 ORCID:

<https://orcid.org/0000-0003-4813-8087>

GOOGLE SCHOLAR:

<https://scholar.google.es/citations?user=rMzTq3UAAAAJ&hl=es&oi=ao>

INTRODUCCIÓN

La presente publicación indaga sobre las prácticas en responsabilidad social durante el siglo XXI, las cuales, no se han asumido con sensatez por las grandes compañías, empresas y multinacionales con respecto a los impactos ambientales y sociales generados a nivel global, es importante mencionar que este comportamiento tan recurrente no genera una ventaja competitiva y de valor agregado para los grupos de interés. Lo anterior, debido a las malas prácticas en responsabilidad social corporativa. De acuerdo con esto, este libro realiza una revisión de autores, conceptos y teorías de la humanización de la economía empresarial, responsabilidad social, Responsabilidad Social Empresarial (RSE), y Responsabilidad Social Corporativa (RSC). Igualmente, se identifican indicadores de medición existentes sobre la responsabilidad social corporativa.

A su vez, se revisan varias de las teorías existentes sobre la responsabilidad social corporativa aplicadas a las Pymes del sector de las confecciones. Por otra parte, se indaga acerca de temas como: gobierno corporativo, fortalecimiento de los valores, desarrollo humano sostenible, desarrollo humano de la sociedad, gestión del conocimiento, responsabilidad ecológica, calidad de vida laboral, innovación en las organizaciones, fortalecimiento tecnológico, gobernanza económica, economía conductual, límites morales del mercado, nuevo paradigma económico, gerencia más humana, sostenibilidad, medio ambiente, cambio climático, sustentabilidad y regulación gubernamental, aspectos aplicados en las empresas Pymes del sector de las confecciones en Bogotá D.C.

Los temas tratados aquí contribuyen al cambio hacia una conciencia más humana, y desarrollan un modelo híbrido de humanización de la economía empresarial y responsabilidad social corporativa que permita

aplicarse al sector de las confecciones. Esto, con el fin de generar nuevas investigaciones que usen nuevos conceptos por parte de los académicos y empresarios para mejorar la gerencia corporativa y gestión en las empresas.

Competitividad económica y responsabilidad social corporativa

Según Ramos (2007), y de acuerdo con la consulta realizada en el Real Centro Universitario, en la publicación Anuario Jurídico y Económico Escorialense se plantea la siguiente pregunta: ¿Podemos ser competitivos en términos económicos y de forma simultánea ser responsables socialmente? Sin embargo, realizando la respectiva reflexión sobre esta pregunta se busca que las empresas lleguen a la excelencia empresarial y que los empresarios no solo piensen en lucrarse, sino que se preocupen en obtener ventajas competitivas sostenibles, de lo anterior, se generaron características sobresalientes que aplican hacia una conducta empresarial en responsabilidad social corporativa:

- Se realiza de forma voluntaria cumpliendo más de lo que la norma exige.
- El concepto de responsabilidad social corporativa (RSC), se encuentra muy relacionado con el crecimiento sostenible, porque las empresas se comprometen a orientar su actividad procurando un crecimiento económico, garantizando la protección del medioambiente y el bienestar social.
- La responsabilidad social corporativa (RSC), tiene repercusión en las actividades básicas de la empresa, por lo tanto, sus consecuencias se extienden en el ámbito de la gestión y la estrategia empresarial.
- Según Ramos (2007), la responsabilidad social corporativa (RSC) se basa en un modelo que desarrolla cuatro dimensiones básicas de forma progresiva.
- Según Carroll (1991), las dimensiones de la responsabilidad social corporativa (RSC) se da en la filantropía, ética, lo legal y la economía.

Adicionalmente, se procedió a realizar una consulta de artículos científicos y bases de datos especializadas relacionadas con el tema de investigación donde se revisaron varios autores, teorías y conceptos, sobre la humanización de la economía empresarial, responsabilidad social empresarial y responsabilidad social corporativa. Al realizar este proceso investigativo se observó que existe basta información acerca del tema, pero, hay poca información acerca de la humanización de la economía empresarial. Es por esto, que se considera pertinente esta publicación, ya que, desarrollan un modelo híbrido de humanización de la economía empresarial y la responsabilidad social corporativa aplicado a las Pymes del sector de las confecciones ubicadas en Bogotá D.C, en las localidades de Puente Aranda y Barios Unidos.

Por otra parte, se consultó el informe de la Cámara de Comercio de Bogotá (CCB), con el fin de conocer la cantidad de Pymes existentes en la misma ciudad, en donde se encontró lo siguiente: Las empresas y establecimientos de comercio activos en Bogotá D.C., y la región, corresponden a 663.285 microempresas que corresponden al 91 % del total; 47.098 son pequeñas representando el 6.5 %; 13.261 son medianas con un 1.8 % y 5.140 son grandes siendo el 0.7 % del mercado total.

El sector de servicios se sitúa a la cabeza con 362.193 empresas, y los establecimientos comerciales con un 49 % del total; seguido por el comercio con 266.485 y un 36 %; e industria con 100.106 representando en un 14 %; finalmente, en el sector de servicios, el expendio a la mesa de comidas preparadas es la actividad que concentra el mayor número de empresas con 29.023.

En el de comercio, el primer lugar es para la venta al por menor en establecimientos no especializados en tiendas de barrio con 36.870 empresas, y en el de industria, la confección de prendas de vestir excepto prendas de piel con unas 15.700 empresas y ubicadas en Bogotá D.C.; por lo tanto, el modelo propuesto permitirá concientizar a las Pymes del sector de las confecciones ubicadas en Bogotá D.C., para la aplicación del modelo que se propuso en la presente investigación.

Este estudio también permitió identificar conceptos importantes, como el concepto de valor compartido, definido por Michael Eugene Porter y Mark R. Kramer en el artículo *Estrategia y Sociedad*, en el que

explican el vínculo existente entre ventaja competitiva y responsabilidad social corporativa. En este sentido, Porte y Kramer (2011) afirman que:

[...] las políticas y las prácticas operacionales que mejoran la competitividad de una empresa a la vez que ayudan a mejorar las condiciones económicas y sociales en las comunidades donde opera la creación de valor compartido se enfoca en identificar y expandir las conexiones entre los progresos económico y social, el concepto descansa en la premisa de que tanto el progreso económico como el social deben ser abordados usando principios enfocados en el valor, el valor es definido por los beneficios en relación con los costos, no sólo por los beneficios. La creación de valor es una idea reconocida desde hace tiempo en los negocios, donde las utilidades son los ingresos recibidos de los clientes menos los costos incurridos. Sin embargo, las empresas rara vez han abordado los problemas de la sociedad desde la perspectiva del valor y se han limitado a tratarlos como temas periféricos. Esto ha opacado las conexiones entre las preocupaciones económicas y sociales. (p. 6)

Es por lo anterior que se identifica la existencia de corresponsabilidad con el accionar entre las empresas, el Estado y la sociedad y en donde se debe mejorar la situación ambiental, económica y social en el planeta. Sin embargo, las organizaciones se deben enfocar en aplicar los conceptos de la responsabilidad social corporativa, responsabilidad social empresarial, competitividad, filantropía, inversión social, transparencia y rendición de cuentas. En todo caso, si estos aspectos se tienen en cuenta, permitirán mejorar el ranking de competitividad de las empresas.

Esta publicación demuestra si existe o no desconocimiento por parte de las Pymes del sector de las confecciones acerca de estos temas y otros como: filantropía, inversión social, transparencia, rendición de cuentas, ética, valores y principios en los negocios, derechos humanos, trabajo, empleo, gobernabilidad corporativa, impactos sobre el medio ambiente, relaciones con proveedores; ya que, su ignorancia permite que las empresas no apliquen políticas de responsabilidad social corporativa.

Lo anteriormente expuesto es contraproducente con la economía de un país, debido a que, si no se fabrican productos y servicios altamente competitivos aplicando las normas establecidas en responsabilidad social corporativa, esto, conllevará a que se pierda rápidamente la credibilidad en las empresas y en los productos o servicios ofrecidos, y al mismo tiempo, traerá como consecuencia la pérdida del posicionamiento

empresarial y su participación en el mercado; entendiendo que las nuevas generaciones tendrán mayor acceso a la información y al conocimiento debido a los avances tecnológicos.

Por otra parte, los conocimientos adquiridos en los siguientes temas: responsabilidad social corporativa y humanización de la economía empresarial prevé que las empresas que no los apliquen en las buenas prácticas en RSC y en la humanización de la economía empresarial no serán tomadas en cuenta por los consumidores, lo cual, traerá como consecuencia una menor demanda de los bienes y servicios; los empresarios que no acojan estos principios terminarán afectados económicamente y sus acciones en el mercado de valores perderán precio.

De acuerdo con lo anterior, es importante identificar qué componentes y principios pueden hacer parte del modelo híbrido de humanización de la economía empresarial y la responsabilidad social corporativa para evaluar y medir la aplicabilidad de estos conceptos en las Pymes del sector de las confecciones. Una vez diseñado el modelo, este permitirá identificar la importancia de su aplicabilidad en los conceptos que podrán ser medidos y cuantificados, siendo estos últimos indicadores que podrán ser evaluados, para que las empresas puedan realizar una correcta toma de decisiones para fortalecer aquellos aspectos que obtengan menor valoración.

Por otra parte, el presente libro identificará si existe o no una aplicabilidad de la humanización de la economía empresarial y la responsabilidad social corporativa, permitiendo conceptualizar los términos de humanización de la economía empresarial sus componentes y principios que los conforman para la creación del modelo híbrido de humanización de la economía empresarial y de la responsabilidad social corporativa aplicado a las Pymes del sector de las confecciones. Es así como esta investigación contribuirá al fortalecimiento de las políticas públicas, valores y principios básicos que puedan aplicarse a Pymes, empresas, empresas del Estado, organizaciones, fundaciones, corporaciones y multinacionales.

Las contribuciones que se desean lograr con este libro es conceptualizar la humanización de la economía empresarial, identificar los componentes y principios del modelo híbrido para que puedan las

Pymes humanizar la economía empresarial y la responsabilidad social corporativa. Con esto, también se humanizará el trabajo y los métodos de producción y prestación de los servicios, con los cuales, se busca promover el conocimiento de la humanización de la economía empresarial y responsabilidad social corporativa.

Con lo anterior, se crearán iniciativas dirigidas a las Pymes para que se apliquen los siguientes conceptos: responsabilidad social corporativa, cultura empresarial, inversión social, transparencia, gobierno corporativo, derechos humanos, trabajo decente, empleo, respecto a los colaboradores, pago justo, basados en la dignidad, fomento de los valores, medio ambiente, consumidores responsables, desarrollo social, derechos humanos, ética, prácticas laborales, prácticas justas de producción, rendición de cuentas, transparencia, conciencia humana y social. Con todo, se logrará la excelencia empresarial.

El libro también permite evidenciar qué tanto se aplican los mencionados conceptos y las teorías identificadas, para saber si se cuenta con una sociedad más sostenible y sustentable, ya que, la aplicación de estos principios permitirá mejorar la competitividad de las empresas, productividad, innovación, investigación y la tecnología siendo socialmente responsables.

Es importante mencionar que este libro es relevante porque permite identificar si las Pymes del sector de las confecciones ubicadas en Bogotá D.C., aplican los conceptos de responsabilidad social corporativa en el momento de producir y prestar servicios, igualmente es importante mencionar que el consumo desaforado, y poco responsable por parte de los consumidores finales evidencia la falta de educación que se tiene acerca del cuidado del planeta, del medio ambiente y el desarrollo sostenible.

Lo anterior, es un comportamiento recurrente y son aspectos que deben promover las empresas para que no se llegue a un fracaso medioambiental. Ya que, si no se toman medidas responsables y si no se desarrollan modelos como el propuesto, no se logrará el cambio deseado. Estos conocimientos y modelos permitirán mitigar el cambio climático, promoviendo la sostenibilidad, sustentabilidad, el respeto por las políticas, derechos económicos, sociales y medio ambientales.

La presente publicación también propone soluciones y estrategias que permiten humanizar la economía empresarial y aplicar la responsabilidad social corporativa en las Pymes del sector de las confecciones y convertirse en un referente que beneficie a todos aquellos empresarios que estén interesados en aplicar este modelo híbrido. Este prototipo desarrollado, también, generará una evaluación de qué tanto las Pymes aplican estos conceptos en el momento de producir y prestar servicios, ya que, es claro que las empresas modernas se deben caracterizar por aplicar modelos de gestión e indicadores que permitan fabricar y producir productos y servicios de alto valor agregado aplicando la responsabilidad social corporativa, el humanismo empresarial y nuevos modelos económicos, sociales y medio ambientales.

De acuerdo con lo anterior, es importante conocer si las empresas del sector de las confecciones en Bogotá D.C., aplican la responsabilidad social corporativa y si tienen una concepción o conocimiento de lo que significa el concepto de humanización de la economía empresarial, esto es indispensable, ya que, las empresas deben realizar un proceso de reflexión enfocado con la creación de estrategias de mejoramiento en las dimensiones de la responsabilidad social corporativa y la humanización de la economía empresarial y donde se puedan aplicar y evaluar a través del modelo híbrido propuesto.

Esta creación de modelo híbrido se enfoca también, en la solución de las problemáticas de interés basadas en lo siguiente: responsabilidad social corporativa, investigación, innovación, desarrollo económico responsable, planeación, control y optimización de los procesos, sin descuidar las diferentes políticas establecidas en responsabilidad social empresarial dadas por organismos internacionales como la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL); organismo internacional que plantea los lineamientos, políticas, aspectos económicos y sociales y que considera que se debe realizar el correcto manejo de los recursos en la industria, los cuales, contribuyen a un mayor bienestar social, y no solo a que las empresas se preocupen por incrementar la riqueza de sus accionistas y de las naciones, sino que, se reconozcan las empresas que han sido exitosas y reconocidas por su comportamiento filantrópico, ético, económico ambiental y social, y demuestren los beneficios que pueden aportar.

De acuerdo con lo anterior, no solamente es importante preocuparse por la eficiencia de los costos de producción, de operación, utilidad, sino por enfocarse en el bienestar, la inversión social y en la gestión de las organizaciones, este análisis permite considerar que la optimización de los procesos de producción y los procedimientos que surgen en los procesos de fabricación de los productos y prestación de servicios de las empresas. También, es importante mencionar que las Pymes competitivas deben enfocarse en una producción más limpia en donde deben producir bienes y servicios que se caractericen por ser amigables con el medio ambiente, sostenibles, sustentables, y en poseer un alto valor agregado para llevar a cabo todo lo anterior. En este sentido, las empresas requieren de mano de obra calificada, comprometida y bien remunerada, igualmente las empresas deben someterse al control social y a la rendición de cuentas (Rojas, Mavila y Cortez, 2016).

Por otra parte, según Beltrán (2006):

En Colombia existen 20 problemas en la pequeña y mediana empresa donde se identifican los siguientes: inexistencia de un plan estratégico, utilización de metodologías inadecuadas de costeo de los productos o servicios, desaprovechamiento de las políticas e instrumentos de promoción para la exportación debido al desconocimiento de los programas creados por el gobierno, desconocimiento de los tratados libre comercio y acuerdos internacionales, el mal manejo de la contabilidad, el desconocimiento de las características del consumidor final, de los productos y/o servicios al no saber diseñar planes de mercadeo, investigación de mercados. Lo mencionado anterior contribuye para que las empresas no desarrollen su actividad en el ámbito local, regional, nacional e internacional, por otra parte; otros aspectos importantes de mencionar son: el bajo poder de negociación, la deficiente selección de los canales de distribución, las deficiencias en la distribución de planta, bajo nivel de utilización de programas de manufactura en la planeación, el control de la producción y mantenimiento integral, el bajo nivel de desarrollo tecnológico tanto a nivel de producción como herramienta para fortalecer el equipo administrativo, la inexistencia de programas de producción limpia y calidad ambiental, lo cual no posibilita la minimización de los residuos y la eficiencia de los procesos, lo anterior debido a que la mayoría Pymes son creadas empíricamente y de carácter familiar, lo anterior permite que se creen problemáticas al interior. (pp. 10-15)

¿Qué componentes deben conformar el modelo híbrido de humanización de la economía empresarial y responsabilidad social corporativa

para su aplicación en las Pymes del sector de las confecciones ubicadas en Bogotá D.C., en las localidades de Puente Aranda y Barrios Unidos para que las Pymes se autoevalúen y fortalezcan la gerencia y su gestión corporativa?

Un reto para las organizaciones: las buenas prácticas empresariales corporativas

Con todo, la finalidad de esta publicación es diseñar un modelo híbrido entre la humanización de la economía empresarial y la responsabilidad social corporativa. Lo anterior surge con el interés de este objeto de estudio y debido a las malas prácticas que se están dando en el tema, lo cual, es un comportamiento recurrente por parte de las pequeñas, medianas, y grandes empresas y multinacionales. Es decir, a todo nivel se han tenido grandes escándalos de corrupción divulgados por los medios de comunicación, igualmente, existen grandes compañías que utilizan métodos de producción poco controlados que son insustentables, permitiendo que en estas no exista la máxima eficiencia, y no se apliquen los modelos de responsabilidad social corporativa. Al parecer la RSC, solo se aplica para obtener beneficios tributarios, pero, realmente no se práctica con el interés de generar conciencia.

Las malas prácticas de responsabilidad social corporativa (RSC), son constantes, predecibles en temas de contaminación ambiental, consumo irresponsable, cambio climático y falta de humanización empresarial, que afectan a las futuras generaciones.

De acuerdo con lo anterior, es importante que las organizaciones del futuro apliquen buenas prácticas de producción y prestación de servicios enfocándose en las RSC y en la humanización de la economía empresarial. Al final lo que se busca es concientizar a los empresarios y a la sociedad en el correcto manejo de los recursos medioambientales, ya que, los empresarios, grupos de interés y consumidores deben gerenciar con una visión estratégica global que fomente la inversión social, sostenibilidad y sustentabilidad a corto plazo.

Esta publicación se propone lograr una concientización sobre la importancia del cuidado del medio ambiente, donde la sociedad se

enfoque en la competitividad ambiental en el momento de realizar nuevos negocios y proyectos, buscando así, la estabilidad ambiental y social, a través de la capacitación del talento humano, mejoras en las prácticas productivas, el desarrollo de un mercado más próspero competitivo y humanístico.

Por lo tanto, las empresas no solo se deben preocupar por la sostenibilidad económica y financiera, sino por ser responsables socialmente promoviendo el cuidado del medio ambiente, pues el pensar solo en la maximización de la riqueza individual y no en la colectiva es un comportamiento preocupante que deja de lado la conciencia ambiental y humana. De acuerdo con lo mencionado, el bienestar económico no se debe lograr a costa del bien común y de la sociedad; estas malas prácticas económicas y de responsabilidad social corporativa, conducen a perjudicar a toda la cadena de valor, los empresarios, consumidores, proveedores, *stakeholders*, *shareholders*, y finalmente a los ciudadanos, debido a fenómenos de corrupción. Todo obedece a una conducta consumista que es muy frecuente, pues si se observa críticamente se convierte en una conducta irresponsable por parte del ser humano.

Estos comportamientos son habituales desde el siglo XXI y de poca preocupación, debido a la falta de educación, conocimiento y desarrollo de competencias ambientales, humanas y sociales. En este sentido, los miembros de una sociedad requieren ser formados constantemente en lo cultural, ambiental y social. Valga recordar que, de acuerdo con lo establecido por el Banco Mundial en su artículo: *Desarrollo Urbano en el Mundo*, se identifica que más del 50 % de la población vive en zonas urbanas y que para el año 2045 la población urbana mundial aumentará en 1,5 veces hasta llegar a 6000 millones de personas. Los líderes urbanos deben actuar con rapidez para planificar el crecimiento y proporcionar servicios básicos. Por lo pronto, según el Banco Mundial (2020):

Pueden ser muchas las cualidades por las que, en tiempos normales, muchas ciudades se esfuerzan por competir y sobresalir a nivel mundial, como la habitabilidad, la competitividad y la sostenibilidad, pero en un día cualquiera, y especialmente en tiempos de crisis, lo que una ciudad debe hacer es funcionar bien para las personas que la habitan.

[...] se deben construir ciudades que funcionen que sean inclusivas, saludables, resilientes y sostenibles requiere coordinación normativa

intensiva y oportunidades de inversión. Los gobiernos nacionales y locales desempeñan un rol importante: deben actuar ahora, configurar el desarrollo futuro de las ciudades y crear oportunidades para todas las personas. (párr. 9)

De acuerdo con lo anterior, es oportuno proponer una cultura más humana, ambiental y social para los habitantes del planeta, entendiendo que no somos los únicos seres vivos existentes, pues, la sociedad no se pregunta, ¿cuántos seres humanos y seres vivos se han perjudicado debido a las malas prácticas productivas originadas en las grandes empresas, corporaciones y multinacionales, y si estos comportamientos irresponsables requieren conocer y aplicar más la responsabilidad social corporativa y la humanización de la economía empresarial?

Sumado a este interrogante, la sociedad debe plantearse, ¿si las riquezas que han obtenido las grandes corporaciones han sido a costa del bienestar ambiental y social de la humanidad y de las futuras generaciones debido a la contaminación? La pregunta surge, debido a que, las grandes compañías no reconocen que solo les interesa el lucro. Esto se debe a la poca conciencia social de los empresarios que desconocen que los recursos naturales son requeridos, y que agotados no se contará más con ellos, si esto pasa no se obtendrán ganancias responsables ni para las compañías y tampoco para las futuras generaciones.

Es por esto, que se pronostica el agotamiento de los recursos naturales. Una ética empresarial pobre y el consumo irresponsable generaran malos comportamientos. Así, durante el desarrollo de este modelo se busca concientizar a los empresarios, la sociedad y los consumidores finales en la corresponsabilidad que deben asumir para prevenir el fracaso ambiental. De no realizarse cambios serios en nuestros métodos de producción y prestación de servicios, y si desconocemos los conceptos planteados, estos no se aplicarán. Por lo tanto, si no reducimos el impacto medioambiental y social no se promoverá una conciencia social más humana y amigable con el medio ambiente.

De acuerdo con lo anterior, se debe exigir que los empresarios se enfoquen en realizar una producción limpia y un consumo responsable, esto debe ser una preocupación de la sociedad moderna que tenga espíritu ecológico y social; que debe caracterizarse por realizar un estudio

de los sistemas humano e interactuar con los sistemas ambientales con responsabilidad corporativa.

Para que las empresas contribuyan al cambio se realiza la teorización y conceptualización de la humanización de la economía empresarial, donde se identifican elementos que son esenciales para proponer el modelo híbrido, esto permitirá que las empresas promuevan la humanización economía empresarial, responsabilidad social corporativa, el trabajo decente, la dignificación del salario, el comercio justo, la producción limpia y el pago justo de los proveedores; la apropiación de estos conceptos y su evaluación evidenciará el poco conocimiento existente acerca de las teorías económicas. En consecuencia, con este modelo se busca concientizar a la sociedad, colaboradores y a los empresarios.

El desarrollo de esta publicación propone aplicar los conceptos de competitividad y productividad aplicados en empresas socialmente responsables. Es decir, una empresa competitiva debe adoptar un modelo híbrido de humanización de la economía empresarial y responsabilidad social corporativa, ya que, las buenas prácticas en RSC y de humanización empresarial son conceptos necesarios y pertinentes en el momento de producir y prestar servicios responsables.

Por otra parte, es responsabilidad de la sociedad controlar la aplicación de la RSC en las empresas, corporaciones, multinacionales y Pymes e identificar cuál es el protagonismo que deben asumir los empresarios, Pymes y grupos de interés, proveedores, sociedad, gobierno, acreedores, clientes, propietarios, gerentes y colaboradores, debido a que son estos actores quienes se deben caracterizar por tener sentido de pertenencia y sensibilidad medio ambiental, comportamiento social, ético, humanístico y de responsabilidad social corporativa. Al realizar un correcto uso de los recursos naturales se contribuye a la reducción de costos ambientales y a la conservación del planeta. Por lo tanto, este modelo permitirá que las empresas tomen decisiones racionales humanizadas con un sentido más sostenible, inteligente, justo y equitativo.

RESUMEN

La meta principal de este libro de investigación es diseñar un modelo híbrido entre la humanización de la economía empresarial y la responsabilidad social corporativa en las Pymes del sector de las confecciones ubicadas en Bogotá D.C., en las localidades de Puente Aranda y Barrios Unidos.

Para esto, se hizo una fuerte búsqueda de información tanto de fuentes primarias como secundarias, igualmente se revisó literatura especializada para hacer un análisis de datos que se conceptualizó en la humanización de la economía empresarial. Se desarrolló el modelo híbrido de humanización de la economía empresarial y la responsabilidad social corporativa, a partir de un estudio en las Pymes del sector de las confecciones ubicadas en Bogotá D.C., y se diseñaron instrumentos de medición para identificar si las Pymes del sector de las confecciones aplican la responsabilidad social corporativa y la humanización de la economía empresarial.

Palabras clave: desarrollo humano sustentable, gobierno corporativo, humanización de la economía empresarial, modelo, responsabilidad social corporativa.

Abstract

The main goal of this research book is to design a hybrid model between the humanization of the business economy and corporate social responsibility in the SMEs of the garment sector located in Bogotá D.C., in the localities of Puente Aranda and Barrios Unidos.

In order to produce this publication, a strong search for information from both primary and secondary sources was carried out, as well as a review of specialized literature, achieving the result obtained and allowing a data analysis, which conceptualized the humanization of the business economy, and developed the hybrid model of humanization of the business economy and corporate social responsibility, to develop a model from a study in SMEs in the garment sector located in Bogota D.C., and measuring instruments were designed to measure the humanization of the business economy and corporate social responsibility, and measurement instruments were designed to identify whether SMEs in the apparel sector apply corporate social responsibility and the humanization of the business economy.

Key words: sustainable human development, corporate governance, humanization of the business economy, model, corporate social responsibility.

¿Cómo citar este libro?

How to cite this book

Apa:

Avendaño, J. y Pulido, W. (2023). *Modelo Híbrido Para la Humanización de la Economía Empresarial y La Responsabilidad Social Corporativa*. Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO. DOI:<https://doi.org/10.26620/uniminuto/978-958-763-686-4>

Chicago:

Avendaño, John y Pulido, William. *Modelo Híbrido Para la Humanización de la Economía Empresarial y La Responsabilidad Social Corporativa*. Bogotá. Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO, 2023. DOI:<https://doi.org/10.26620/uniminuto/978-958-763-686-4>

MLA:

Avendaño, John y Pulido, William. *Modelo Híbrido Para la Humanización de la Economía Empresarial y La Responsabilidad Social Corporativa*. Bogotá. Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO, 2023. DOI:<https://doi.org/10.26620/uniminuto/978-958-763-686-4>

CAPÍTULO 1

TEORÍAS ECONÓMICAS Y TEORÍAS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Para realizar este capítulo se hizo la consulta de varios autores, conceptos y teorías que se encuentran relacionados con los siguientes temas: responsabilidad social corporativa, responsabilidad social empresarial, gobierno corporativo y humanización de la economía empresarial.

Orígenes de la economía

Los orígenes de la economía se remontan a la antigüedad, cuando las sociedades humanas comenzaron a desarrollar sistemas de intercambio y producción para satisfacer sus necesidades y deseos. A lo largo de la historia, la economía ha evolucionado y se ha transformado en respuesta a los cambios en la tecnología, la cultura, la política y otros factores.

En los primeros tiempos de la humanidad, las economías eran principalmente de subsistencia, en las que las personas producían lo que necesitaban para sobrevivir, como alimentos y herramientas, mediante la agricultura, la caza, la pesca y la recolección. El intercambio se basaba en el trueque, donde las personas intercambiaban bienes y servicios directamente, sin utilizar un medio de cambio común.

Con el tiempo, surgieron formas más complejas de economía a medida que las sociedades humanas se volvieron más organizadas y se desarrollaron las civilizaciones. Por ejemplo, en la antigua Mesopotamia, se utilizaron las primeras formas de moneda, como el grano y el ganado,

para facilitar el comercio y el intercambio. En otras partes del mundo, como en China e India, se desarrollaron sistemas de monedas de metal.

Con el advenimiento del comercio a larga distancia y la aparición de rutas comerciales, como la Ruta de la Seda, la economía se volvió más globalizada. Los imperios y las ciudades-estado se beneficiaron del comercio internacional y utilizaron monedas para facilitar las transacciones. Sin embargo, la economía seguía siendo principalmente agrícola y basada en la producción de bienes físicos.

La Revolución Industrial del siglo XVIII marcó un cambio significativo en la economía, con la aparición de la maquinaria y la industrialización de la producción, lo que llevó a un aumento masivo en la producción de bienes y al desarrollo de la economía de mercado. Surgieron nuevas teorías económicas, como el liberalismo económico y el capitalismo, que abogaban por la propiedad privada, la competencia y la libre empresa como principios fundamentales.

Con el tiempo, la economía se ha vuelto cada vez más compleja, con la aparición de sectores especializados, la globalización económica, el desarrollo de sistemas monetarios y financieros avanzados, y la influencia del gobierno en la economía a través de políticas fiscales y monetarias. También han surgido diferentes enfoques y teorías económicas, como el socialismo, el keynesianismo y el neoliberalismo, que han influido en la forma en que las sociedades organizan y gestionan su economía.

Los orígenes de la economía se remontan a la antigüedad, con sistemas de producción, intercambios basados en la subsistencia y el trueque. A lo largo de la historia, la economía ha evolucionado y se ha transformado en respuesta a los cambios en la tecnología, la cultura, la política y otros factores, y ha dado lugar a diferentes sistemas económicos y teorías a lo largo del tiempo.

Que es la economía conceptos y definiciones

Según Adam Smith define la economía como la ciencia que estudia la riqueza, sin embargo, la definición clásica de la corriente objetiva proviene de Federico Engels quien la conceptualiza: “La economía política es la ciencia que estudia las leyes que rigen la producción, la

distribución, la circulación y el consumo de los bienes materiales que satisfacen las necesidades humanas” (Zinath y Peralta, 2011, p.4).

Por otro lado, la definición clásica de la orientación subjetivista es la de Lionel Robbins que dice: “La economía es la ciencia que se encarga del estudio de las satisfacciones de las necesidades humanas mediante bienes que siendo escasos tienen usos alternativos entre los cuales hay que optar” (Méndez, 1997, p.11).

Según Vargas (2006), “[...] La economía es la ciencia que estudia, expone y formaliza los conceptos, relaciones, teorías y leyes de cómo se organizan los agentes económicos para producir, reproducir y distribuir la riqueza y el valor monetario, ingreso personal o nacional de los individuos, agentes económicos y naciones” (p. 5).

Sumado a lo anterior, la economía es el estudio de cómo la gente utiliza los recursos para satisfacer sus necesidades, el problema básico que estudia es el problema de la escasez.

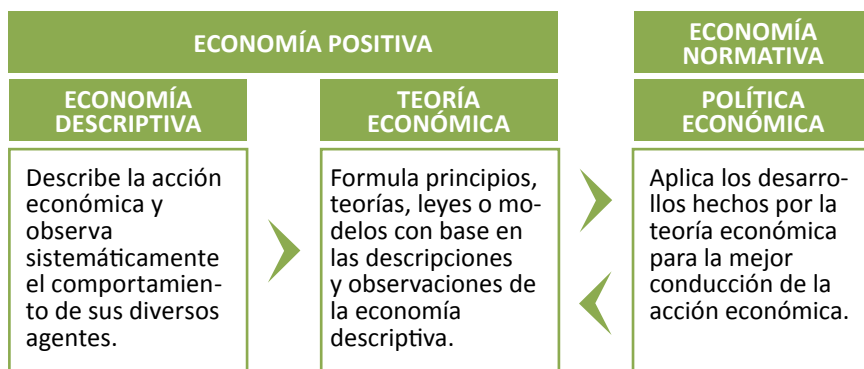
Algunas definiciones son las siguientes:

- La economía política es la ciencia que estudia el desarrollo de las relaciones sociales de producción; es decir, las relaciones económicas entre los hombres. Estudia las leyes que rigen la producción y la distribución de los bienes materiales en la sociedad humana a todo lo largo de las diversas fases de su desarrollo.
- Segarra (2016), la economía impartida en las aulas se convirtió en una especie de puré aséptico que poco tenía que ver con la economía practicada entre 1890, año de aparición del manual de Alfred Marshall *Principios de Economía*, y 1948, año de la primera edición de *Economics*. Cuando los responsables del Departamento de Economía y Ciencia Social del MIT le confiaron al joven economista la confección de un texto académico innovador eran conscientes de que estaban pidiendo mucho más que un simple manual. Eran conscientes de la necesidad de cerrar la ventana por la que se introdujo en sus aulas la revolución keynesiana” (párr. 9).
- La economía es la ciencia encargada de administrar los recursos escasos que tienen a su disposición los hombres para satisfacer sus ilimitadas necesidades.

- La economía es una ciencia social que se ocupa de una materia que depende de los niveles y formas de vida en la sociedad humana.
- La economía también estudia y describe las formas y métodos particulares de la administración de los recursos escasos, tal y como han desarrollado en la historia de la sociedad humana; de igual modo, se hacen observaciones que se clasifican e interpretan con la ayuda de las uniformidades establecidas por la teoría económica.
- La economía es el estudio de las condiciones bajo las cuales se puede maximizar el bienestar de una comunidad, y la elección de las acciones necesarias para llevarlo a cabo (Peralta, 2011).

Según la mayor parte de los autores contemporáneos, la ciencia económica tiene tres divisiones principales: descriptiva, teórica y política, estas se encuentran interrelacionadas entre sí, y tienen el mérito de suministrar a manera de introducción una visión panorámica de la economía y de sus principales principios teóricos y de sus aplicaciones.

Figura 1.
Las divisiones principales de la economía.



Fuente: Rosseti, (1985).

Por otra parte, la economía descriptiva, es la encargada de la observación a nivel específico, que analiza la forma en la cual, se comportan los diferentes agentes determinados un sistema económico.

Como ciencia social, la economía se ocupa principalmente del comportamiento de los consumidores, productores, instituciones gubernamentales y de otros agentes públicos y privados, dedicados permanentemente a la tarea de emplear recursos escasos para atender, de la mejor manera posible, las necesidades de bienes y servicios de la colectividad.

Las acciones y reacciones de esos agentes heterogéneos no son fácilmente identificables. Si se observa cuidadosamente el mundo real de las actividades económicas, resulta una complejidad extraña, ya que la mayor parte de los hechos están interrelacionados mediante el encadenamiento de reacciones de motivaciones y de influencias recíprocas.

En algunos casos, la realidad presenta ciertos círculos viciosos cuya descripción se dificulta por la imposibilidad de encontrar el hecho que generó el proceso desencadenado, en otros casos, algunas acciones aparentemente aisladas podrán conducir a un conjunto de situaciones nuevas, por lo que se hace necesario clasificar y describir pormenorizadamente cada uno de los hechos generadores y cada una de esas nuevas situaciones.

Según Rossetti (1985), la teoría económica es la parte central de la economía. Le corresponde ordenar lógicamente las formulaciones sistemáticas proporcionadas por la economía descriptiva, produciendo generalizaciones capaces de ligar los hechos entre sí y descubrir las cadenas de acciones y reacciones expresadas, además de establecer relaciones que identifiquen los grados de dependencia de un determinado fenómeno en relación con otro. Esa transformación de los hechos observados en lógicas, inteligentes y útiles, constituyen la transición de la economía descriptiva a la teoría económica. Esta transición implica la teorización de la realidad. Surgirán entonces conjuntos de principios, de teorías, de leyes y de modelos fundamentados en las descripciones expuestas.

Cuando la fundamentación es directa y los hechos conducen a la teorización inmediata y a la explicación científica de la realidad, la continuidad entre una y otra parte se habrá establecido a través de la inducción. Además, cuando la teorización ocurre solo en parte de la realidad conocida, esta continuidad habrá sido establecida por la deducción. Ya sea a través de la inducción o de la deducción, y que compete a la teoría económica formular un conjunto de principios, teorías, leyes o modelos cuya lógica, penetración y coherencia garantizan a la economía su carácter de ciencia.

Por otra parte, los avances logrados en teoría económica tienen como finalidad servir a la política económica. En esta tercera parte serán utilizados los principios, las teorías, las leyes y los modelos explicativos de la realidad. Dicho uso tendrá por finalidad conducir más adecuadamente la acción económica hacia objetivos predeterminados.

Figura 2.
Las divisiones de las tres partes principales de la economía.



Fuente: Rossetti (1985).

Por lo tanto, la política económica es una rama esencialmente dirigida hacia el condicionamiento de la actividad económica. Los planteamientos hechos por la economía descriptiva tienen como finalidad sustentar los avances alcanzados por la teoría económica. En una descomposición de carácter utilitarista, estos serán el soporte de la política

económica. Por ejemplo; cuando se usa la expresión política económica gubernamental nos estamos refiriendo a las acciones prácticas desarrolladas por el gobierno con el fin de condicionar, demarcar y conducir el sistema económico hacia la consecución de uno o más objetivos económicos políticamente establecidos.

Debido a la complejidad de los problemas del mundo económico, estas acciones prácticas buscan tener un respaldo en la teoría económica, ya que, está constituida por un conjunto de generalizaciones a nivel científico capaces de dar explicaciones lógicas y útiles a los hechos, a los problemas y a la compleja realidad sobre la cual se pretende actuar.

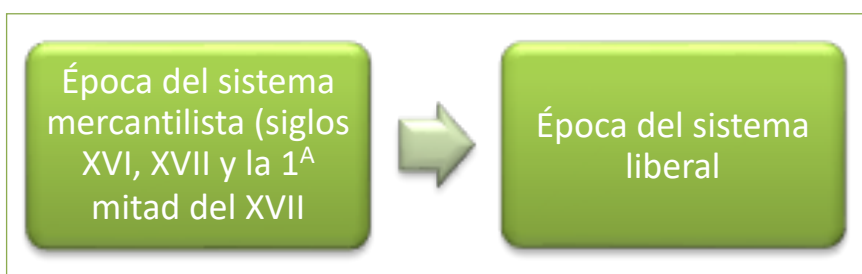
Economía empresarial

Según Popoescu (1961), el origen del nombre de la economía de la empresa se puede inferir a partir de su denominación, la cuál es una disciplina que tiene su origen en la ciencia económica, pero, el mismo ha cambiado a lo largo de la historia: originariamente se le conoció como contabilidad, en italiano *contabilità*. Sin embargo, este nombre duró muy poco porque los autores sostenían que para ser considerada como ciencia debía fundarse en otros elementos que los vinculados con una determinada rama particular. Por esto, más tarde los italianos también la llamaron economía *hacendal*, por la traducción de las obras de Pietro Onida sobre la *economia aziendale*. Posteriormente, la contabilidad fue desplazada de la ciencia económica de la empresa, por ser una disciplina especial de carácter eminentemente técnico, por lo que, desde el siglo XVI se le conoció como *ciencias comerciales*.

Dado que, la palabra comercio se refiere a solo una de las múltiples ramas de las actividades económicas. Más tarde, se le cambia su nombre por economía privada y, después, por la expresión más amplia y neutral *economía de empresa* (Popescu en Gutenberg, 1961). Este, no solo comprende a las unidades de producción de tipo lucrativo, sino a cualquier entidad en donde se lleve a cabo el proceso de producción y de cambio, independientemente del régimen político económico, al cual pertenezca. En consecuencia, teniendo en cuenta los aporte de Popescu (en Gutenberg, 1961), así como los de García (1971-1977), es sobre suelo italiano que brota el germen de la economía de empresa.

Según Popescu (en Gutenberg, 1961), se pueden identificar cuatro grandes etapas en la historia de esta ciencia, correspondientes a: su origen, progreso, decadencia y renacimiento. En lo que tiene que ver con origen se puede hablar, a su vez de dos etapas: la etapa de las ciencias contables y la de las ciencias comerciales.

Figura 3.
Etapa de las ciencias contables y la etapa de las ciencias comerciales.



Fuente: Fernández y Luna (s.f.).

Época del sistema mercantilista: siglos XVI, XVII y primera mitad del siglo XVIII

La economía comercial se desarrollará como disciplina científica, no obstante, se tuvo que esperar hasta el advenimiento del mercantilismo en el que los gobiernos nacionales deciden diseñar la primera y sistemática política nacional de desarrollo económico y poner en marcha, al lado de las empresas privadas existentes, nuevas industrias controladas y dirigidas desde el centro.

Durante esta época del mercantilismo aparecen variados escritos formales de los siglos XV y XVIII, unos elaborados en Italia, otros en Alemania y otros en Francia, en los que se recogen experiencias o se proporciona algún tipo de conocimiento para quienes se encontraban en el mundo de los negocios. Se trataba de exitosos hombres de negocios interesados en estudiar el fenómeno alrededor de los negocios, como los teóricos o investigadores.

Se podría asumir esta etapa como de gestación de la disciplina científica economía de empresa, en la cual, destacaron los alemanes. El autor que más se reconoce es el erudito Nurembergués Johann Michael Leuchs (1763-1836), con su obra traducida como *ciencia comercial completa o sistema del comercio*, publicado en 1804). De acuerdo con Popescu (en Gutenberg, 1961), con esta obra de Leuchs, se marcó la transición desde el enfoque empírico descriptivo con una óptica inductiva generalizadora y comenzó el tratamiento científico de los problemas económicos de las empresas.

Posteriormente, en el período de decadencia que siguió a las valiosas aportaciones de los autores alemanes, en parte por la falta de fuerza científica configuradora, se extendió, de acuerdo con García (1971), hasta la segunda mitad del siglo XIX, la preocupación por elaborar una disciplina portadora de verdades fundamentales y de principios generales de la empresa. Se difuminó al instaurarse el principio de “dejad hacer, dejad pasar”, esta expresión *Laissez faire, laissez passer, le monde va de lui même* la utilizó por primera vez Jean-Claude Marie Vicent de Gournay, fisiócrata del siglo XVIII, contra el intervencionismo del gobierno en la economía, ya que, se consideraba que una supuesta mano invisible haría que de la suma de los vicios privados resultasen virtudes públicas. Lo anterior, propio del liberalismo al atender contra el mecanismo autorregulador del proceso económico.

Según Knight (1971), y de acuerdo con la teoría del riesgo del empresario la actividad empresarial supone adquirir compromisos con los aportantes de los recursos productivos a cambio de unos hipotéticos ingresos futuros. El empresario tiene que efectuar las siguientes predicciones o estimaciones económicas:

- Conocer las necesidades de la demanda de los consumidores, conocer el mercado.
- Fijar unos precios o adaptar sus costes al precio de venta estimado en el momento de la venta de los productos en el mercado.

Según Schumpeter (1984), el empresario solo será innovador, lo que le dará opción a recibir unos beneficios extraordinarios derivados de su posición única monopolio; por lo tanto, se identifican las fases a seguir durante un proceso de cambio tecnológico como las siguientes:

- **Invencción:** creación o descubrimiento de un nuevo producto o de un nuevo proceso de producción para un producto ya existente “ideas, inventiva, creatividad”.
- **Innovación:** acción de poner en práctica inventos previos de cualquier naturaleza o aplicación de la invención a usos industriales y comerciales.
- **Imitación:** generalización de la innovación o desarrollo de este modificando aspectos no sustanciales que llevan a productos o procesos similares o parecidos de carácter sustitutivo (Fernández, s.f.).

Figura 4.
Fases del proceso de cambio a nivel tecnológico.



Fuente: Fernández y Luna (s.f.).

Tabla 1.
Teoría económica de las empresas según los economistas clásicos del siglo XVIII.

Economista del siglo (XVIII)	Definición
Richard Cantillon	<i>Entrepreneur</i> : lo define como “Hombre de negocios” o “Agente que compra los medios de producción a ciertos precios, para después combinarlos en un producto que venderá a un precio incierto en el momento del compromiso de sus costes”.
Adam Smith	El empresario y el capitalista o propietario eran la misma persona.
Juan Bautista Say	El empresario es “el agente que combina a los otros elementos económicos en un organismo productivo o empresa”.
Alfred Marshall	Economistas neoclásicos: cuarto factor de producción (capital, tierra y trabajo), al ser la persona que organiza y dirige la producción y corre el riesgo que lleva el proceso. Hasta avanzado el siglo XIX no se empieza a considerar que la función del empresario es otra que la del capitalista o propietario.
Karl Marx	Consideraba al empresario como el capitalista.

Fuente: elaboración propia.

Sistema liberal a partir del siglo XIX

La decadencia de ese ímpetu que había logrado el estudio sistemático de los negocios se debió al surgimiento del liberalismo del siglo XIX,

ya que, los problemas vinculados a las empresas individuales dejan de ser prioritarios para los investigadores científicos y pasan a tomar su lugar las investigaciones vinculadas al conjunto económico nacional.

En palabras de Popescu (en Gutenberg, 1961), “La economía de la empresa es desplazada por la economía política.” (p. 23). Otra de las razones, apunta el autor, la constituye el desalojo del cameralismo como doctrina y del mercantilismo como sistema económico, lo cual, logra opacar el comercio dentro de las actividades económicas y en su lugar brilla el sistema industrial. Por consiguiente, será hacia la empresa industrial que volcarán sus miradas los científicos sociales de la época, pero, surgiendo también, un conflicto de competencias entre la ingeniería y la ciencia comercial que se logra saldar en el siglo XIX.

Como importante hecho del siglo XIX (Popescu, en Gutenberg, 1961) aparece el desplazamiento del centro de gravitación espacial de la economía de empresa hacia Francia, como resultado del *Tratado teórico y práctico de las empresas industriales, comerciales y agrícolas*, publicado en 1855 en París. Este documento indujo a pensar en una sola ciencia de todas las clases de empresas y particularmente las industriales, además, acentuaba los aspectos teórico y técnico. Sin embargo, esta importante obra no echó raíces ni generó escuela.

Por lo tanto, en Francia como en Inglaterra y Alemania, en ese momento la mayor importancia se le debió a la economía política, por lo que nuevamente el tema de la economía de empresa se asienta en Italia en donde destacaron por sus contribuciones el catedrático Francesco Villa, con *Elementos de administración y contabilidad*, publicado en Pavia en 1850 y, más tarde, el también, catedrático Tonzig (1804-1894) profesor de administración y contabilidad en la Universidad de Padua, quien escribe su *Tratado de la Ciencia de la Administración y de la Contabilidad Privada y Pública*, publicado en Venecia entre (1857 y 1858) y en el que se considera que el fin de esta ciencia es llevar cuenta y ofrecer las razones de los ítems del haber, de los hechos y resultados de la administración. Es decir, se refería a la teneduría de libros Popescu (en Gutenberg, 1961).

No sucede así con Giuseppe Cerboni (1827-1896), quien partiendo de la premisa de que la *ragioneria*, es decir, la contabilidad se encuentra en la administración de la empresa, vuelve a realacionar este concepto

con “economía de empresa”, como lo había hecho Villa tiempo atrás. Su mayor esfuerzo lo dedicó a fundamentar una nueva ciencia que él llamó *logismología*, en la que convergen tres elementos constitutivos: 1. El pensamiento económico, 2. El pensamiento administrativo, y 3. El pensamiento contable. De ahí que muchos críticos italianos afirmen que Cerboni “ [...] afirma la existencia en Italia de la economía de empresa” (Popescu en Gutenberg, 1961, p. 24).

Es decir, en Italia no hubo un pensamiento uniforme respecto a la economía de empresa, sin embargo, se realizaron esfuerzos por crear una ciencia dedicada al estudio de los negocios (Lobo y Alice, 2013).

Desarrollo de la economía empresarial

Según Bueno (2017), en el su texto *El desarrollo de la Economía de la Empresa Dirección de Empresas: memoria viva de 1965 a 2015*, plantea que en la década de 1980 se presentó el desarrollo científico de la economía de empresas a partir de su independencia y consolidación con la identidad científica respecto a la microeconomía, proceso iniciado a partir de la década de los cuarenta del siglo XX. A partir de este momento, la economía de empresas se centrará en el análisis de su objeto material, es decir, la empresa u organización, además, del empresario o directivo. Esta perspectiva multidisciplinar permitió explicar la naturaleza de dicho objeto en su estructura y comportamiento haciéndolo parte de una realidad socioeconómica diversa y compleja.

A continuación, se presentará el tema siempre recurrente que preocupa a la comunidad científica de la disciplina y que tiene que ver con el marco teórico generalmente aceptado y el contenido formal de su objeto de estudio, el cual, justifica tanto su identidad como su denominación científica para la colectividad académica y profesional en lengua inglesa y española.

Cuestión, en gran medida, resultante del carácter interdisciplinar que nota y connota la voz de la empresa y su significado económico y como organización, al tratar acerca de los diferentes aspectos que caracterizan el objeto material de la disciplina. Esta clave multidisciplinar servirá de guía para entender el alcance y las diferentes heurísticas que

explicarán dicho contenido teórico desde el enfoque metodológico del programa de investigación (Lakatos,1970) y del concepto de paradigma (Khun, 1962).

Ante todo, hay que recordar que la voz *empresa* proviene de la latina *prhendere*, que significa “emprender (*acometer*) una cosa que implica trabajo o presenta dificultades”, voz que se relaciona en su origen con la de “emprendedor” y, en consecuencia, con la de empresario, como acepción clásica y actualmente muy vigente en la economía global. En francés se denomina *entrepreneur*, y en inglés se tuvo que incorporar la voz francesa, junto a la “*entreprise*” empresa, para significar la función de la empresa y la del empresario, construyendo así, léxicamente la de *entrepreneurship* o como la tarea de “emprender un negocio” (Bueno, 2017).

Tabla 2.
Evolución del concepto y función de la empresa (1965-2015).

Teoría de la empresa	Enfoque	Autores principales (año de publicación)
Teoría de la firma como Institución económica	Enfoque neoclásico dentro de la teoría del mercado como unidad económica de producción.	(Coase, 1937) (Cohen y Cyert 1965) (Marris, R; 1964)
Teoría de la empresa como organización	Enfoque del comportamiento administrativo de la empresa como sistema social (organización).	(Simón H.A., 1947) (Simón H.A. y March, 1958) (Cyert y March J.G. 1963)

Teoría de la empresa	Enfoque	Autores principales (año de publicación)
Teoría de la jerarquía organizativa	Enfoque económico de la empresa como alternativa al mercado eliminando costes de transacción con economía de información.	(Williamson O.E., 1976) (Arrow K.J., 1974)
Teoría de la agencia o como agente en el sistema	Enfoque contractual actualizado de la Teoría de la Firma y del anterior basado en la “relación de agencia” o “contrato que protagoniza la empresa”.	(Alchian A.A. y Demsetz H., 1972) (Jensen M.C. Meckling, 1976) (Cheung S.N.S., 1983) (Salas V., 1987)
Teoría de la empresa como sistema	Enfoque sistémico que integra los “aspectos” de la empresa como “sistema sociotécnico abierto.	(Bueno E. y Valero F.J., 1.985) (Bueno E., Cruz I, y Durán J.J., 1992) (Johnson R.A., Kast F.E. y Rosenzweig, 1974)
Teoría de la empresa como “sistema basado en el conocimiento”	Enfoque avanzado del anterior y propio de la actual economía del conocimiento.	(Drucker P., 2001) (Kogut B. y Zander U., 1992) (Nonaka I. y Takeuchi, 1995) (Grant R.M., 1996) (Spender J.C., 1996) (Bueno E., 2005)

Fuente: Bueno (2017).

Economía azul

Según (Estévez, 2012), ¿Quién pondría en duda que el mundo necesita un nuevo modelo económico?, tenemos que hallar la manera de satisfacer las necesidades básicas del planeta y todos sus habitantes con lo que la tierra produce. Se han adoptado muchas medidas importantes en el marco del movimiento en pro de la sostenibilidad y la ecología; no obstante, es preciso buscar soluciones que nos permitan dar un importante salto hacia adelante.

Por otra parte, según (Estévez et al., 2012) en el informe del Club de Roma, Achim Steiner, director ejecutivo del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) y Ashok Khosla, presidente de la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (IUCN), menciona que “mediante políticas apropiadas para apoyar las investigaciones y el desarrollo, se realizan estrategias de promoción que logren su puesta en práctica mediante mecanismos de mercado, esos materiales y métodos ofrecen abundantes oportunidades para acelerar su adaptación con miras a hacer frente a las apremiantes cuestiones de carácter mundial” para ello será necesario efectuar los cambios que se proponen en el marco normativo de la iniciativa sobre economía ecológica, el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA).

Responsabilidad social

Existen documentos que datan del siglo XIX y que hablan de las acciones de las organizaciones a favor de los trabajadores, aunque algunos comienzan a entender el concepto y cómo se aplica para la época actual del siglo XXI, este tema no se usa ni se practica en los países latinoamericanos, solamente en alguna pocas empresas y multinacionales, pues estas se preocupan más por lucrarse que por aplicar conceptos de responsabilidad social empresarial, y al poner en práctica la responsabilidad social se preocupan más por los costos que generan que el implementarla por los beneficios que deja. Por lo anterior, es importante mencionar que el deber ser es que en cumplimiento de las normas de responsabilidad social y medioambientales las empresas deben cumplir las establecidas tanto a nivel nacional como internacional.

Algunas normativas generales en Colombia son las siguientes: artículo 79 de la Constitución Política de Colombia que estipula que se debe tener un derecho a un ambiente sano. Esta norma constitucional puede interpretarse de manera solidaria con el principio fundamental del derecho a la vida, ya que, este solo se podría garantizar bajo condiciones en las que la vida pueda disfrutarse con calidad y el medio ambiente sea un patrimonio común. La Constitución Nacional incorpora este principio al imponer al Estado y a las personas la obligación de proteger las riquezas culturales y naturales. Por otra parte, el Artículo 8, estipula que es deber de las personas y del ciudadano proteger los recursos naturales y velar por la conservación del ambiente, y el Artículo 95 se da en desarrollo de este principio.

La normatividad ambiental sanitaria (UPME, s.f.), en el Artículo 58 de consagra que: “la propiedad es una función social que implica obligaciones y, como tal, le es inherente una función ecológica” (párr. 4) y continúa su desarrollo al determinar en el Artículo 63 de la (UPME, s.f.), define: “Los bienes de uso público, los parques naturales, las tierras comunales de grupos étnicos, las tierras de resguardo, el patrimonio arqueológico de la Nación y los demás bienes que determine la ley, son inalienables, imprescriptibles e inembargables” (párr. 4).

El desarrollo sostenible está definido como el desarrollo que conduce al crecimiento económico, a la elevación de la calidad de vida y al bienestar social, sin agotar la base de los recursos naturales renovables en que se sustenta, ni deteriorar el medio ambiente o el derecho de las generaciones futuras a utilizarlo para la satisfacción de sus propias necesidades, la Constitución Nacional en desarrollo de este principio, consagró en su Artículo 80 que:

El Estado planificará el manejo y aprovechamiento de los recursos naturales para garantizar su desarrollo sostenible, su conservación o sustitución. Además, deberá prevenir y controlar los factores de deterioro ambiental, imponer las sanciones legales y exigir la reparación de los daños causados. Así mismo, cooperará con otras naciones en la protección de los ecosistemas situados en zonas fronterizas (Unidad de Planeación Minero Energética, 2017).

Lo anterior implica asegurar que la satisfacción de las necesidades actuales se realice de una manera que no se comprometa la capacidad y el derecho de las futuras generaciones para satisfacer las propias.

Por otra parte, norma la ISO 26000 ofrece a las organizaciones orientación sobre la aplicación de la responsabilidad social (RS), y consagra que la Responsabilidad Social Corporativa (RSC), es el conjunto de prácticas y políticas de orden económico, social y medio ambiental que son, en su mayoría, de carácter voluntario, lo cual ha dejado de ser en Colombia una simple actitud filantrópica para convertirse en un modelo de gestión que se impone cada vez con más fuerza y fortalece la competitividad de las empresas en el mercado, y el Artículo 125 del Estatuto Tributario, preceptúa que los contribuyentes del impuesto de renta están obligados a presentar declaración de renta y complementarios dentro del país, que tienen derecho a deducir de la renta el valor de las donaciones efectuadas durante el año o período gravable. Por lo tanto, es importante contar con centros de formación en este tema y que las empresas se capaciten teniendo presente que existen pocas que realicen consultorías efectivas en el tema, ya que, la mayoría de estos conocimientos se aprenden por medio del estudio de casos, y esto no es suficiente.

Considerando que deben existir modelos de responsabilidad social corporativa para cada tipo de empresa, lo anterior de acuerdo con el sector económico al cual pertenezca la empresa y según lo que produzca, es importante comprender la diferencia que existe entre la explotación de minerales, petróleo, fabricar cubiertas o automóviles, los cuales, generan una gran contaminación.

Según Berman (1997):

La responsabilidad social y los métodos para enseñarla se definen como “la inversión personal en el bienestar de otros y del planeta, la responsabilidad social ayuda a los jóvenes a comprender que sus vidas están íntimamente conectadas con el bienestar de otros, y con el mundo social y político. Esto hace una diferencia en su vida diaria apoyados por sus opciones y valores, enriqueciendo nuestras vidas en las diversas culturas y razas. Así ellos pueden participar creando un sentido del mundo, más justo, pacífico y ecológico” (p. 202).

Por otra parte, según Younissy y Yates (1997):

[...] la participación de los jóvenes en la solución de problemas sociales tiene el potencial de promover el desarrollo de la identidad personal y colectiva. Desde este punto de vista, el desarrollo de la identidad requiere

entrar en la historia, adoptando una ideología que conecte a la juventud con otras generaciones, le dé sentido a la experiencia presente y provea esperanza hacia el futuro. Esta definición implica eficacia la percepción de que uno puede hacer un cambio en la sociedad y responsabilidad social, o la preocupación por el bienestar de la sociedad (p. 2).

Según Berman (1997), la responsabilidad social se manifiesta en la forma como vivimos con los otros y tratamos a los otros. Según una antigua definición (Harris, 1957), la responsabilidad social es característica de una persona en quien se puede confiar, quien cumple su promesa, quien respeta su palabra, quien es un hombre justo, quien no toma ventajas o engaña a otros, quien piensa en el bien de los otros más que en su propio bien. En este sentido, las comunidades humanas van construyendo y desarrollando un sentido de responsabilidad social, demandando destrezas sociales tales como comunicación, cooperación, manejo de conflictos y toma de perspectiva.

A partir de estos planteamientos se puede afirmar que actitudes tales como el respeto, la empatía, la ética y el trabajo solidario son factores que contribuyen a la formación de la civilidad y a la construcción de una comunidad nacional (Proyecto Spring, 2015).

Orígenes de la responsabilidad social empresarial

La necesidad y el deber ser de las empresas es “promover las buenas prácticas en los negocios asumiendo, por parte de las empresas, la responsabilidad de los impactos que generan a través de su actividad productiva a la cual se dedican. A la larga estas buenas prácticas contribuyen a la creación de un mayor valor social de la empresa, quien beneficia a toda la cadena de valor a sus accionistas “mayoristas y minoristas”, los grupos de interés “*stakeholders*”, los trabajadores y a la ciudadanía en su conjunto.” (Repositorio Cepal, 2003).

De acuerdo con los orígenes de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), la cual, surgió de la iniciativa del *Global Compact* (Pacto Global) entre las Naciones Unidas y el mundo del libre mercado que propuso el secretario general de Naciones Unidas Kofi Annan, en el Foro Económico Mundial, celebrado en Davos, Suiza en 1999, la perspectiva teleológica

del pacto global es promover el diálogo social para la constitución de una ciudadanía corporativa global que posibilite conciliar intereses de empresas con demandas y valores de la sociedad civil, los proyectos de la Organización de Naciones Unidas (ONU), sindicatos y Organizaciones No Gubernamentales (ONG), sobre la base de diez principios que transversalizan el conjunto de actividades que materializan las empresas y que están relacionados con los valores fundamentales en materia de:

Figura 5.
Valores fundamentales en la construcción de una ciudadanía corporativa global.



Fuente: elaboración propia.

En su fase operacional la finalidad es posibilitar a todos los pueblos del mundo el compartir y acceso a los beneficios de la globalización de la economía y posibilitar en el libre mercado mundial valores y prácticas fundamentales para resolver las necesidades socioeconómicas de los humanos. En este sentido, se constituye un instrumento de libre adhesión para empresas, sindicatos y organizaciones de la sociedad civil que aplican los diez principios que lo integran en sus estrategias y operaciones.

Por otra parte, de acuerdo con los diez principios universales del pacto global, estos se derivaron de la Declaración Universal de Derechos Humanos; la Declaración de principios de la Organización Internacional del Trabajo relativa a los derechos fundamentales en el trabajo; la Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo.

Asimismo, según (Reunirse, 2015) las iniciativas relacionadas con la lucha contra la corrupción se originaron en el mensaje en la ceremonia inaugural de la Conferencia Política de Alto Nivel para la firma de la Convención de la Naciones Unidas contra la corrupción en Mérida, México

en el año 2003 y pronunciado por Hans Corell, secretario general adjunto para Asuntos Legales.

Es por lo anterior, que al realizar una revisión en los diferentes medios documentales a nivel nacional e internacional se deduce que Colombia está muy lejos de alcanzar el nivel deseado que se requiere con el fin de cumplir con los valores fundamentales mencionados en esta materia, debido a la corrupción, cuidado del medio ambiente, manejo de residuos por parte de las empresas, derecho ambiental, normas laborales y la violación constante e incesante de los derechos humanos, lo cual no permite contar con empleos dignos para la sociedad. Es por esto, que se debe prestar atención a este fenómeno que es preocupante, ya que, no hemos avanzado en la historia y, al parecer, nos encontramos aún en la esclavitud, la cual, hoy día está representada, desde el punto de vista económico, por el Salario Mínimo Legal Vigente (SMLV). La vida nos muestra que estamos programados para consumir de manera salvaje y desaforada. Sumado a esto, es normal esclavizar al trabajador (proletario). Valga recordar que Karl Marx se dedicó especialmente a analizar el capitalismo y la forma de producción de su época.

Para Marx (1852), el capitalismo se sustenta en la existencia de dos clases cuyos intereses son contradictorios: una es dueña de los medios de producción, los burgueses; y la otra es la dueña únicamente de su fuerza de trabajo, los proletarios. Burgueses y proletarios están enfrentados en lo que el autor define como “lucha de clases”; es decir, dos grupos antagónicos con intereses contrapuestos.

Este conflicto no era algo nuevo, según Marx, siempre había existido a través de la historia en las sociedades de clases. Antiguamente, se enfrentaron esclavos con hombres libres, luego siervos con señores. Por lo tanto, la pugna que se daba en el capitalismo era la reproducción de relaciones económicas basadas en la explotación.

Otro factor importante en la obra de Marx es la división del trabajo, para los autores clásicos era fuente de la riqueza de una nación aun cuando le reconocía algunos elementos negativos, Marx identifica el factor de alienación que esta genera. A medida que la división del trabajo se va consolidando, este se hace cada vez más fragmentado, lo que genera conflictos de intereses que se agravan a causa de la institución de

la propiedad privada. De acuerdo con esto, cada trabajador se convierte, según Marx, en un especialista en cierta materia determinada y no sabe hacer nada más. Si una máquina reemplaza esta tarea, el obrero pasaría a ser una “Mercancía de desecho” (Eco-Finanzas, 2017).

Se entiende que la esclavitud por institución jurídica es el esclavo que es propiedad del amo, es lo mismo que sucede actualmente cuando vendemos nuestro tiempo “Mano de Obra”, ya que al venderlo le quitamos espacio a la familia, a la vida digna al ser humano y a la calidad de vida solo para que unos pocos se enriquezcan. Por esto, cada día el trabajo será más esclavizante y deshumanizado, lo cual, hace sociedades débiles e ignorantes a todo nivel y básicamente en valores, principios y moralidad, y nos convertimos en seres que generan consumo desahogado e irresponsable.

Es increíble que el hombre desee autodestruirse y dañar a los demás. Se identificó en los últimos tiempos una gran pérdida de valores en la sociedad, sobre todo en este siglo, debido al estrés laboral, social y económico originado por las empresas poco humanizadas.

Existe estrés laboral que genera descomposición de la sociedad y en algunos países es evidente que existen jornadas laborales extensas en las que los trabajadores pueden llegar a tener uno, dos y hasta tres trabajos donde inician sus labores a tempranas horas y posteriormente regresan a descansar tres o cuatro horas diarias. Se les cataloga como miembros del proletariado, es decir, “trabajadores de la clase obrera”, que no tienen derecho a voz ni a voto en las empresas, donde el objetivo principal es alquilar su mano de obra para ser explotada por la burguesía, es decir, a la clase dominante, la cual, si bien se recuerda ha existido desde tiempos inmemorables permitiendo no preocuparse por el humanismo empresarial sino por conseguir la máxima rentabilidad económica.

Es por esto, que se propone que las empresas sean más éticas, más responsables socialmente, y que promuevan el trabajo decente, respeto del individuo, diálogo y participación social, rendición de cuentas, la autorregulación de la conducta, el fomento de las relaciones transparentes, donde se asuman la responsabilidad que se tienen con las generaciones futuras mitigando el impacto ambiental y social.

Evolución del concepto de responsabilidad social

Según las memorias del VIII Congreso Internacional de Contaduría, Administración e Informática, el cual fue organizado por la Asociación Nacional de Facultades y Escuelas de Contaduría y Administración (ANFECA) los días 2, 3 y 4 de octubre de 2013, la Responsabilidad Social (RS) tiene más de cinco décadas de evolución, sin embargo, este concepto no ha sido consumado de forma teórica y práctica, es un concepto que de forma teórica sigue evolucionando en el alcance teórico y su campo de aplicación en los diferentes rubros y giros organizacionales que van desde organizaciones no gubernamentales hasta todo tipo de industrias tanto manufactureras como de servicios.

Según Dahlsrud (2006), las diferentes definiciones que en conjunto intentan una convergencia de los diferentes conceptos de la responsabilidad social (RS), son las siguientes:

Tabla 3.
Evolución del concepto de responsabilidad social.

Antecedente teórico	Evolución del concepto de responsabilidad social
Carroll (1979)	Identifica un modelo de responsabilidad social el cual se encuentra seccionado en cuatro elementos: filantropía, ética, economía, y aspectos legales.
Jones (1980)	La RS se relaciona con la conciencia de que las organizaciones tienen obligación con los diferentes grupos de la sociedad, más allá de lo indicado por la normativa jurídica.
Crittenden (1992)	Las organizaciones son responsables de cualquier afectación positiva o negativa derivada de sus operaciones sin importar la naturaleza de estas.

Antecedente teórico	Evolución del concepto de responsabilidad social
Porter (2006)	La responsabilidad social es un concepto amplio que involucra a todos los aspectos operativos de las organizaciones y sus efectos relacionados.
Hopkins (1998)	Identifica plenamente los grupos de interés de la responsabilidad social y la obligación intrínseca hacia cada uno de estos elementos.
(El Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible [WBCSD], 1999)	El compromiso de la RS es la contribución de cada una de las organizaciones hacia el desarrollo económico y sustentable de la región en la cual realiza sus operaciones
(World Council for Sustainable Development [WCSD], 2000)	El concepto de la RS se vincula con los compromisos enfocados a mejorar el nivel de calidad de vida de los trabajadores y sus familias, así como de otros grupos de interés relevantes.
Comisión de las Comunidades Europeas, (2002)	El concepto de RS se expande para poder incorporar dentro de su alcance a la cadena de suministro.
Comisión de las Comunidades Europeas, (2002)	La responsabilidad social tiene diferentes dimensiones: económica, social y ambiental.

Antecedente teórico	Evolución del concepto de responsabilidad social
IBL (2003)	Relaciona el concepto de RS con las prácticas de ventas y mercadotecnia responsable.
(ISO, 26000)	<p>“Responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente, a través de un comportamiento transparente y ético que:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad.
(ISO, 26000)	<ul style="list-style-type: none"> • Tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas. • Cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con las normas internacionales de comportamiento; y esté integrada en toda la organización y se lleve a la práctica en sus relaciones”. <p>La responsabilidad social empresarial (RSE) es el fenómeno voluntario que busca conciliar el crecimiento y la competitividad, integrando al mismo tiempo el compromiso con el desarrollo social y la mejora del medio ambiente.</p>

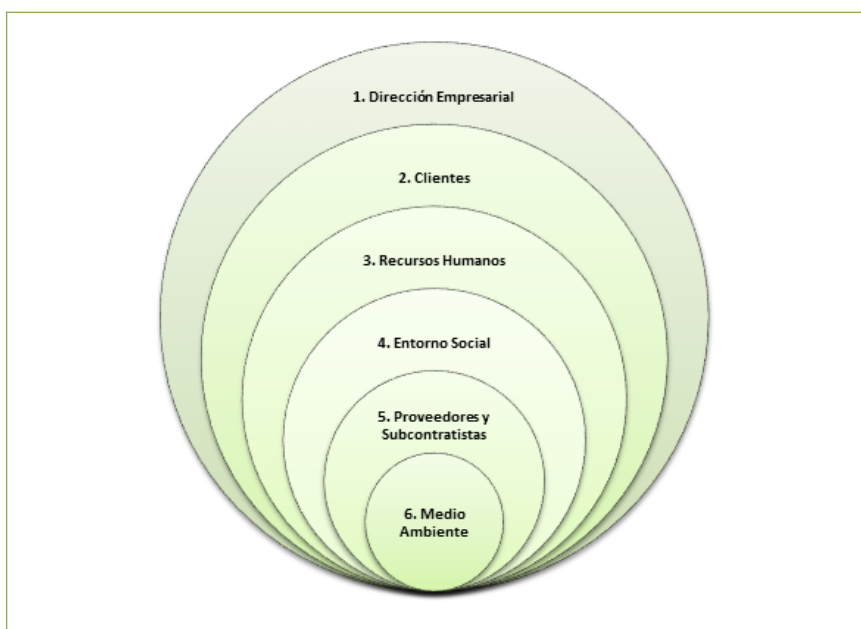
Fuente: Cruz, Rositas y García (2013).

Responsabilidad social empresarial

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE), es un concepto donde las empresas deciden voluntariamente integrar las preocupaciones sociales y medioambientales en sus actividades comerciales y en las relaciones con sus interlocutores.

La principal función de una empresa consiste en crear valor con la producción de bienes y servicios que respondan a la demanda de la sociedad y generar de este modo beneficios para sus propietarios y accionistas, así como bienestar para la sociedad en general, en particular gracias a un proceso continuo de creación de empleo. Sin embargo, las nuevas presiones sociales y de mercado transforman progresivamente los valores y las perspectivas de la actividad empresarial (Bizkaia21, 2016).

Figura 6.
Áreas de trabajo de la responsabilidad social corporativa.



Fuente: elaboración propia.

El CCRE (1994), el cual es Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial, se encarga de investigar, promover y ejecutar iniciativas de responsabilidad social empresarial, donde comienza a generar alianzas con entidades que se interesen por desarrollar este concepto, como la Universidad Pontificia Javeriana, la cual, ha venido estudiándolo desde 1992 hasta la constitución en 2000 del Grupo Interdisciplinario de Investigación RETHOS, que ya se encuentra reconocido y escalafonado en Colciencias, y ha sido parte de las mesas de trabajo para la creación de la Guía Técnica Colombiana 180 (GTC180), y las mesas de trabajo para la aprobación en Colombia de la Guía ISO:26000 (Confecámaras, 2007).

Por otra parte, es importante identificar cómo se deben evaluar las empresas desde la responsabilidad social empresarial (RSE), por lo anterior y de acuerdo con el diagnóstico previo y el plan de acción en RSE de la Cámara de Valencia de España el comportamiento ético de la empresa se debe evaluar en seis áreas de trabajo las cuales son las siguientes:

- **Dirección empresarial:** son temas globales relacionados con la estrategia, políticas y compromisos que haya asumido la empresa de manera voluntaria, así como el grado de comunicación de estos.
- **Clientes:** medición de la ratio de los clientes, mecanismos de evaluación de su satisfacción, canales de comunicación con ellos reclamaciones y sugerencias, responsabilidad del producto.
- **Recursos humanos:** selección y promoción, política de incentivos, formación, clima laboral, derechos humanos, comunicación interna, conciliación de la vida laboral y personal, prevención de riesgos laborales (PRL), beneficios sociales.
- **Entorno social:** relaciones con la comunidad, organización no gubernamental (ONG), asociaciones y otros grupos de interés en el entorno social de la empresa.
- **Proveedores y subcontratistas:** selección, fidelización, alianzas, trato y comunicación con los proveedores y subcontratistas.
- **Medio ambiente:** acciones dirigidas a disminuir el impacto negativo de la actividad en el entorno, innovaciones de producto, de gestión o de procesos (Camara de Valencia, 2016).

Por otra parte, Según Onitsuka (2002) de acuerdo con lo mencionado en el libro *La Filosofía del Éxito*. El lado humano de la empresa japonesa considera que el secreto de su éxito se encuentra en que, en vez de preocuparse por él mismo, por las utilidades o por los pronósticos de ventas, se dedicó a hacer crecer su empresa pensando en:

- Proporcionar trabajo a los jóvenes.
- Capacitación de personal.
- Ofrecer un servicio a la comunidad mediante la fabricación de un producto de calidad.
- La empresa es de todos los que participan en su crecimiento, no solo los accionistas.

Su éxito se origina entonces, en una filosofía corporativa que se adelantó a su tiempo, una filosofía que describe la combinación de deporte-trabajo, los valores de un pueblo con su proverbial dedicación al trabajo, la ventaja del trabajo en equipo y que el renglón principal de la empresa debe servir al individuo y a la comunidad.

Dominios de la responsabilidad social empresarial

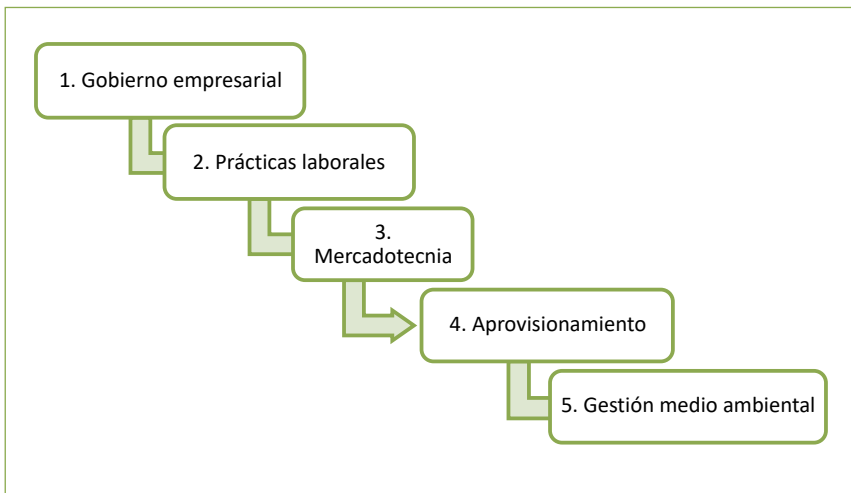
Según la *Guía de aprendizaje sobre la implementación de responsabilidad social empresarial en pequeñas y medianas empresas* del Banco Interamericano de Desarrollo publicado en 2019, el Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN), lanzó un plan de acción para el *clúster* de proyectos, en el que se busca promover la competitividad a través de la responsabilidad social empresarial. Cuyo objetivo es ayudar a las empresas latinoamericanas, especialmente las Pymes a mejorar la competitividad a través de la adopción de prácticas que contribuyan a la sostenibilidad económica, social y ambiental.

Mediante esta Guía de aprendizaje sobre RSE en las Pymes, el FOMIN pretende contribuir a la sistematización y difusión del conocimiento acumulado hasta la fecha por los proyectos del *clúster* RSE para su uso por parte de profesionales y empresas interesados en implementar prácticas de RSE. Para su elaboración se ha recolectado y sistematizado el conocimiento contenido en los materiales utilizados

para la implementación de prácticas de RSE en las Pymes que han sido desarrollados en el marco de los proyectos FOMIN.

Los dominios de la responsabilidad social empresarial (RSE), constituyen el alcance de la (RSE) en cada dominio aborda las relaciones de la Pyme con un grupo de interés. Para cada dominio se presentan los temas relevantes que deben ser tenidos en cuenta por las empresas y las buenas prácticas que pueden adoptar para ser reconocidas como socialmente responsables. El módulo se divide en seis unidades didácticas: gobierno empresarial, prácticas laborales, mercadotecnia, aprovisionamiento, gestión medio ambiental e inversión social:

Figura 7.
Dominios de la responsabilidad social empresarial.



Fuente: elaboración propia.

Gobierno empresarial: ofrece información y herramientas para las empresas que deseen enfocar sus acciones en materia de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en las relaciones con sus accionistas, inversores, autoridades y grupos de interés en general, a través de la mejora de sus prácticas de gobierno empresarial en los siguientes temas: orientación estratégica; ética; compromiso con los grupos de interés; transparencia; derechos de los accionistas; cumplimiento legal y fiscal; e integridad.

Prácticas laborales: ofrece información y herramientas para las empresas que deseen enfocar sus acciones de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en las relaciones con sus trabajadores a través de la mejora de sus prácticas laborales en los siguientes temas: derechos laborales fundamentales; salud y seguridad laboral; y desarrollo de los trabajadores.

Mercadotecnia: ofrece información y herramientas para las empresas que deseen enfocar sus acciones de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en las relaciones con sus clientes a través de la mejora de sus prácticas de mercadotecnia en los siguientes temas: productos y servicios, precios, promoción, distribución y ventas.

Aprovisionamiento: ofrece información y herramientas para las empresas que deseen enfocar sus acciones de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en las relaciones con sus proveedores a través de la mejora de sus prácticas de aprovisionamiento en los siguientes temas: condiciones comerciales, evaluación y selección de proveedores, y desarrollo de proveedores.

Gestión ambiental: ofrece información y herramientas para las empresas que deseen enfocar sus acciones de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en la relación con su entorno a través de la mejora de sus prácticas de gestión medio ambiental en cinco temas: uso eficiente de los recursos “materias primas, energía y agua”; prevención de la contaminación “residuos, emisiones y vertidos”; métodos y tecnologías ambientalmente sostenibles (Inter American Development Bank, 2009).

Muchas empresas realizan actividades de responsabilidad social en temas que no necesariamente son los más relevantes para su sector o sus necesidades específicas y lo hacen de manera puntual y no sistematizada. Sin embargo, el impacto de estas actividades sobre sus beneficiarios y sobre la propia empresa es menor del que podrían tener si se escogieran estratégicamente los temas sobre los que enfocar los esfuerzos de mejora y las buenas prácticas a adoptar, y se gestionaran de forma sistematizada mediante un enfoque de procesos y mejora continua.

Los dominios se refieren a los ámbitos en los que las empresas deben actuar desde una perspectiva de responsabilidad social.

Por otra parte, según la guía ISO:26000 se reconocen, además de estos dominios, otros que afectan a las relaciones con todos los grupos de interés como, por ejemplo, los derechos humanos, o las prácticas justas de operación.

Tabla 4.
Listado de dominios de la responsabilidad social empresarial (RSE).

Dominio	Alcance	Temas	Subtemas
Gobierno Empresarial	Relaciones con los grupos de accionistas e inversores, autoridades y con los grupos de políticas de interés en general.	<ul style="list-style-type: none"> • Orientaciones estratégicas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Misión y visión.
		<ul style="list-style-type: none"> • Ética 	<ul style="list-style-type: none"> • Valores • Código de conducta
		<ul style="list-style-type: none"> • Compromisos con los grupos de interés. 	
		<ul style="list-style-type: none"> • Transparencia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación y diálogo.
		<ul style="list-style-type: none"> • Derechos de los accionistas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Consejo de administración. • Accionistas minoritarios. • Protocolo familiar.
		<ul style="list-style-type: none"> • Cumplimiento legal y fiscal. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplimiento legal. • Cumplimiento fiscal
		<ul style="list-style-type: none"> • Integridad “Lucha contra anticorrupción”. 	<ul style="list-style-type: none"> • Sistemas de integridad empresarial. • Pactos de integridad.

Dominio	Alcance	Temas	Subtemas
Prácticas Laborales	Relaciones con los trabajadores.	<ul style="list-style-type: none"> • Derechos laborales fundamentales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Remuneración justa. • No discriminación. • Trabajo forzado. • Trabajo infantil. • Horario de trabajo. • Asociación y negociación colectiva.
		<ul style="list-style-type: none"> • Salud y seguridad laboral. 	<ul style="list-style-type: none"> • Salud y seguridad laboral.
		<ul style="list-style-type: none"> • Derechos de los trabajadores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Reclutamiento e incentivos. • Estabilidad. • Capacitación. • Promoción. • Participación. • Conciliación laboral y personal. • Clima y satisfacción laboral. • Desvinculaciones.

Dominio	Alcance	Temas	Subtemas
<p>Mercadotecnia</p>	<p>Relaciones con los clientes y consumidores.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Productos y servicios. 	<ul style="list-style-type: none"> • Calidad. • Inocuidad y seguridad. • Acceso a la información. • Inclusión.
		<ul style="list-style-type: none"> • Promoción. 	<ul style="list-style-type: none"> • Inclusión. • Veracidad. • No discriminación. • Mercadotecnia social. • Mercadotecnia con causa.
		<ul style="list-style-type: none"> • Distribución 	<ul style="list-style-type: none"> • Inclusión. • Embalaje y protección ambiental. • Transporte y protección ambiental.
		<ul style="list-style-type: none"> • Venta 	<ul style="list-style-type: none"> • Ética e integridad. • Garantía. • Quejas y reclamos. • Satisfacción. • Privacidad.

Dominio	Alcance	Temas	Subtemas
Aprovisio- namiento	Relaciones con los proveedores y subcontratistas.	<ul style="list-style-type: none"> • Condiciones comerciales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Condiciones contractuales. • Plazos de pago. • Integridad. • Clausulas sociales y ambientales. • Incentivos.
		<ul style="list-style-type: none"> • Evaluación y selección de proveedores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Código de conducta hacia proveedores. • Código de Conducta sobre proveedores • Procedimiento de evaluación y selección • Criterios económicos, sociales y ambientales • Cumplimiento del Código de Conducta
		<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de proveedores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Programa desarrollo de proveedores. • Mejora de prácticas sociales y ambientales. • Inclusión.

Dominio	Alcance	Temas	Subtemas
Gestión Ambiental	Relaciones con el medioambiente.	Uso eficiente de los recursos.	Materias primas. Energía Agua
		Prevención de la contaminación.	Residuos sólidos y líquidos. Emisiones. Vertidos. Otros tipos de contaminación.
		Métodos y tecnologías ambientales sostenibles.	Metodologías de análisis. Tecnologías.
Inclusión Social	Relación con la comunidad.	Cobertura de necesidades de la comunidad.	Impactos de la cadena de valor sobre la comunidad. Dimensiones sociales del contexto competitivo. Temas sociales genéricos

Fuente: Inter American Development Bank (2009).

Responsabilidad social corporativa

De acuerdo con el libro verde el concepto de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) establecido es:

Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas” publicado por la Comisión Europea en 2001, consecuencia del mandato realizado en el Consejo Europeo de Lisboa celebrado en marzo del 2000, donde se indica que, se trata esencialmente de “un concepto con arreglo al cual las empresas deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio” y se define como “la integración voluntaria por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medio ambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores (Server y Villalonga, 2005. p. 139).

Tabla 5.
Principales indicadores utilizados en iniciativas de responsabilidad social corporativa (RSC).

Indicadores de RSC	Global Informes Iniciativa	OECD Guías para Empresas Multinacionales	Naciones Unidas-Pacto-Global	Principios de Caux para negocios	Global Sullivan Principios	Ecuador Principios
Económico						
Responsabilidad	Reporting, participación de stakeholder, monitoreo ambiental, derechos humanos	Reporting, participación de stakeholder	Desempeño relacionado a informes de estándares, monitoreo derechos humanos.	Participación de Stakeholder	Desempeño relacionado a informes de estándares	Monitoreo

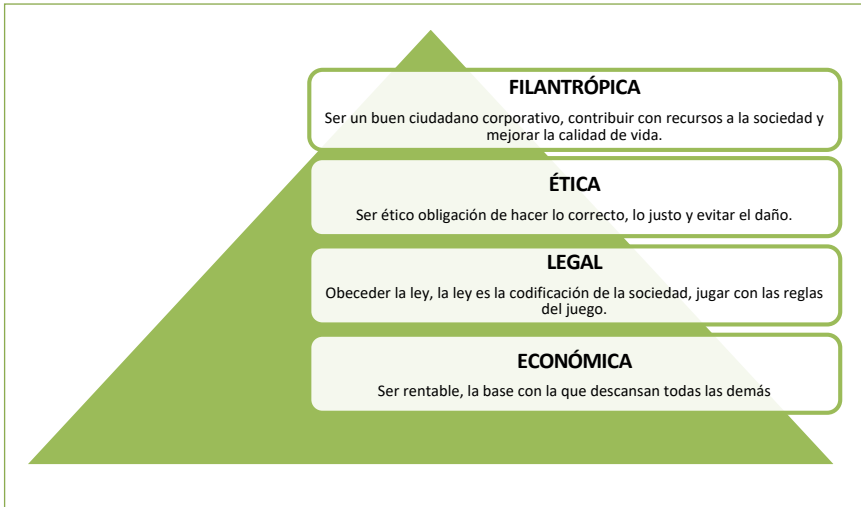
Indicadores de RSC	Global Informes Inicial	OECD Guías para Empresas Multinacionales	Naciones Unidas-Pacto-Global	Principios de Caux para negocios	Global Sullivan Principios	Ecuador Principios
Transparencia						
Gobernabilidad Corporativa (ámbito general)	✓	✓	X	Derechos de accionistas (mayoritarios y minoritarios)	X	X
Uso de indicadores económicos	✓	X	X	X	X	X
Medio ambiente						
Referencia amplia a medio ambiente	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Sistema de gestión ambiental/código de conducta	(ISO 14000 por ejemplo)	✓	X	X	X	✓

Indicadores de RSC	Global Informes Inicial	OECD Guías para Empresas Multinacionales	Naciones Unidas-Pacto-Global	Principios de Caux para negocios	Global Sullivan Principios	Ecuador Principios
Medio ambiente						
Informe de desempeño ambiental	✓	✓	X	X	X	
Uso de indicadores ambientales	✓	X	X	X	X	X
Social						
Estándares laborales	No discriminación y capacitación	Referencia general, No discriminación y capacitación, reducción de personal y despidos.				

Fuente: Server y Villalonga (2005).

Por otra parte, Carroll (1991), definió las dimensiones de la responsabilidad social corporativa en cuatro tipos de responsabilidades económica, jurídica, ética y filantrópica que son representadas en la siguiente pirámide:

Figura 8. .
Pirámide de la responsabilidad social corporativa.



Fuente: Carroll y Bucholz, (2012).

Responsabilidad social corporativa y trabajo decente

La responsabilidad social corporativa, como categoría analítica, ha sido fuente de numerosas investigaciones durante los últimos 20 años. Un rastreo minucioso del tema permite llegar a 1992, cuando la Fundación Social y la Fundación Interamericana de Estados Unidos crean el Centro Colombiano de Filantropía (CCF), una organización encargada de promover acciones sociales con la financiación del sector empresarial nacional (Confecamaras, 2007).

Gobierno corporativo

Según sociólogos y politólogos, el gobierno corporativo involucra los procesos y relaciones que intervienen en la forma en que una empresa es administrada y controlada (Guillén y William, 2007). Desde un punto de vista más radical, gobierno corporativo se refiere a la forma en que los accionistas buscan asegurar un retorno sobre su inversión

y es consistente con la teoría de la agencia, donde se busca alinear los intereses de la dirección de la firma con los intereses de los accionistas.

Sastre (2007) distingue entre *management* y *governance* (gobierno corporativo) señalando que el primero se refiere a mirar dentro de la organización, mientras que el segundo, pone su atención en el entorno que la rodea. De acuerdo con la teoría de la agencia se concentra en los problemas de la separación de la propiedad y el control de la empresa (Sastre, 2007).

Por otra parte, según (Fontrodona y Sison, 2007) las relaciones de agencia son aquellas que se dan de manera implícita o explícita cuando un grupo solicita a una persona o grupo agente la prestación de ciertos servicios que implican que le sea delegado poder y autoridad en la toma de decisiones, de tal suerte que los agentes contraen obligaciones legales y económicas al principal.

Esta teoría presupone que tales relaciones se enfrentan a conflictos derivados del egoísmo y oportunismo, ya que, los actores estarán buscando, de manera natural, maximizar sus propios intereses. Entonces, se corre el riesgo que el agente, en primer lugar, manipule la información sobre sus propias habilidades para llevar a cabo la tarea, y en segundo, que no dedique su mejor esfuerzo o eluda sus obligaciones. Así, la teoría busca alienar los intereses del principal y del agente para lograr el éxito en la relación, en contraposición, la teoría *stewardship* parte del supuesto de que, en los directivos, existe el sentido del deber, la necesidad de logro y el deseo de un trabajo intrínsecamente satisfactorio y que son motivantes poderosos que se deben tener en cuenta al sopesar las relaciones de agencia (Guillén y William, 2007).

La teoría de la agencia tiene sus orígenes en los planteamientos de Jensen y Meckling (1976) quienes definen la relación de agencia como un contrato en que sus propietarios “el principal” contratan a otras personas “agentes” para que realicen ciertas actividades en su nombre que no pueden o no quieren realizarlas por sí mismos, lo que implica delegación de cierto grado de poder, legitimidad en el agente, como también incurrir en costos de agencia (Galo, 2018).

Según Jensen y Meckling (1976) manifestaron que el principal puede disminuir el comportamiento discrecional del agente incurriendo en

los siguientes: costos de agencia que deben ser minimizados: 1. Costos de incentivos; 2. Costos de vigilancia o supervisión; 3. Costos de fianza o garantía; 4. Costos de oportunidad relacionados con las pérdidas ocasionadas por las decisiones que tomó el agente que persiguen su beneficio personal en desmedro de los intereses del principal, y; 5. Costos de negociación de un contrato Coase (1937) y que se relacionan con los aspectos contractuales.

Figura 9.
Teoría de la agencia.



Fuente: Galo (2018).

Según Ganga (2005), el principal debe emprender acciones tendientes a minimizar el problema de agencia, a través de diversos mecanismos que representan costos que implementarán en la medida en que la relación beneficio-costos lo permita.

Modelos de gobierno corporativo

De acuerdo con Galo (2018) un modelo de gobierno corporativo de una empresa, según el Banco de Desarrollo de América Latina (CAF, 2013), se entiende como “el conjunto de principios y prácticas de Gobierno Corporativo que rigen la organización y funcionamiento de esta destinadas a dotarla de estabilidad y eficiencia, y sobre todo claridad en la atribución de roles y responsabilidades.” (p. 116). Alrededor de las teorías de la agencia, de redes y del servidor *stewardship* han surgido dos tipos de gobiernos corporativos opuestos, el modelo *Shareholders* o angloamericano y el modelo *Stakeholders* o alemán.

El modelo *Shareholders* está diseñado para cubrir las expectativas del propietario, en este caso maximizar la rentabilidad del accionista. Según Rodríguez, Fernández y Rodríguez (2013), los supuestos del modelo *Shareholders* se ajustan a las estructuras de las empresas en los países desarrollados, en particular de tradición legal anglosajona, por ejemplo en el Reino Unido, Estados Unidos de América, Canadá y Australia, con una estructura de propiedad diversificada, y, por lo tanto, con una separación entre propiedad y control que facilita un mayor acceso al mercado de valores, en donde la estabilidad laboral no es un elemento principal del gobierno corporativo.

En contraposición, el modelo *Stakeholders* con una tradición legal alemana tiene por objetivo cubrir las necesidades de todos los grupos de interés. Se caracteriza por una estructura de capital concentrada en pocos propietarios, un mayor acceso al financiamiento a través de instituciones financieras como los bancos, la estabilidad laboral y el fomento del compromiso de los empleados como elemento principal del gobierno corporativo (Galo, 2018).

Tabla 6.
Modelos de gobierno corporativo.

Aspecto Teoría	Modelo Shareholders o anglosajón Teoría de la agencia	Modelo Stakeholders o alemán Teorías de redes y del servidor
Conceptua- lización	El gobierno corporativo tiene relación con los sistemas de control para que aquellos que proporcionan recursos financieros a una empresa se aseguren una rentabilidad adecuada por sus inversiones, mediante una gestión eficientemente por parte de los directivos. (Shleifer y Vishny, 1997).	El gobierno corporativo es un sistema que regula y equilibra las actividades entre accionistas mayoritarios y minoritarios, ejecutivos y el Consejo de la Administración, con el objetivo de incrementar la confianza entre los grupos de interés “Stakeholders” y de aumentar los resultados económicos. (Morck, 2014).
Estructura de gobierno	Principal, agente, consejo de la administración	Principal, agente, consejo de la administración y grupos de interés.
Beneficiario	Prioriza los intereses de los accionistas.	Toda la organización.
Objetivo	Maximizar los beneficios del accionista.	Conseguir múltiples objetivos de las diferentes partes con diversidad de intereses.

Aspecto Teoría	Modelo Shareholders o anglosajón Teoría de la agencia	Modelo Stakeholders o alemán Teorías de redes y del servidor
Mercado de valores	Mayor financiamiento empresarial por medio del mercado.	Existe una gran participación de los bancos en el financiamiento empresarial que participan como accionistas y acreedores.
Capital social	No existe concentración del capital accionario en pocas manos.	Existe una tendencia a la concentración del capital accionario en pocos propietarios.
Incentivos	Mayores incentivos económicos a los directivos en función de la rentabilidad.	Menores incentivos económicos a los directivos en función de la rentabilidad.
Alineación de intereses	A través de herramientas del mercado	El papel central en la alineación de intereses lo cumplen los consejos de la administración.
Estabilidad laboral	Menor estabilidad laboral	Mayor estabilidad laboral
Proceso de gobernanza	Control	Coordinación, cooperación y resolución de conflictos.
Modelo de comportamiento organizacional	Económico.	Social

Fuente: Galo (2018).

Teorías utilitarias, gerenciales relacionadas con la humanización de la economía empresarial y la responsabilidad social corporativa

Teorías utilitaristas que pueden ser aplicadas en modelos de humanización de la economía empresarial y responsabilidad social corporativa, para tal fin se realizó la revisión de teorías que fueran aplicables en las organizaciones y también se identificaron unas relacionadas con la Física, Astronomía, Biología, Matemática y Psicología, las cuales, se pueden aplicar en los sistemas organizacionales. De acuerdo con el análisis de estas teorías se encuentran relacionadas con la ciencia empresarial, por ejemplo; la tierra que se considera un todo y que se constituye en un conjunto de elementos estructurados armónicamente que se encuentran en un sistema donde existe causa y efecto. Es decir, se origina un sin número de consecuencias, por lo tanto, las otras teorías identificadas y relacionadas con este tema son:

Teoría general de los sistemas

Según Arnold y Osorio (2008), la Teoría General de Sistemas (TGS) se presenta como una forma sistemática y científica de aproximación y representación de la realidad y, al mismo tiempo, como una orientación hacia una práctica estimulante para formas de trabajo multidisciplinarias. En tanto paradigma científico, la TGS se caracteriza por su perspectiva holística e integradora, en donde lo importante son las relaciones y los conjuntos que a partir de ellas emergen. En tanto práctica, la TGS ofrece un ambiente adecuado para la interrelación y comunicación fecunda entre especialistas y especialidades.

Los objetivos originales de la Teoría General de Sistemas son los siguientes: a) Impulsar el desarrollo de una terminología general que permita describir las características, funciones y comportamientos sistémicos, b) Desarrollar un conjunto de leyes aplicables a todos estos comportamientos, y c) Promover una formalización (matemática) de estas leyes.

Por otra parte, según Bertalanffy (1901-1972), la Teoría General de los Sistemas (TGS) define el concepto de sistema como: un sistema el cual

hace parte del todo organizado y complejo conformado por un conjunto de cosas que forman un complejo unitario, unidos en un conjunto de objetos unidos por alguna forma de interacción o interdependencia. Para este autor, la TGS, se debe constituir en un mecanismo de integración entre las ciencias naturales y sociales y ser al mismo tiempo un instrumento básico para la formación y preparación de científicos.

De acuerdo con lo anterior, lo que se quiere argumentar es que el multiuniverso, universo, planeta, las naciones son un sistema y las empresas un pequeño sistema un todo compuesto por un sistema. Según lo anterior y teniendo presente que las empresas son un sistema, el cual, se dedica a producir productos y servicios, durante este proceso se contamina sin importar las consecuencias. En este sentido, es importante que los países creen políticas públicas que permitan reducir la contaminación y la reducción del impacto en el medio ambiente. Lo anterior, de acuerdo con lo establecido en los pactos globales, ya que, la contaminación y el cambio climático se han venido convirtiendo en una amenaza para el planeta y sus habitantes, quienes aún no cambiamos la forma de consumir, al no reciclar como deberíamos en el siglo XXI.

Teoría del todo o unificada

Uno de los sueños incumplidos de Albert Einstein (1879-1955), consistía en que todas las fuerzas de la naturaleza y todas las características de la energía y la materia, deberían resolver la cuestión cosmológica, es decir, dar una explicación convincente al origen del universo. Debe unificar relatividad y cuántica, algo hasta ahora no conseguido. Y, además, debe integrar otros universos en caso de que existan.

Einstein creía que el universo es algo armónico y ordenado en el que todo está relacionado y tiene un propósito. Creía en la belleza de las matemáticas y del universo. Por otra parte, es interesante investigar un poco más sobre este tema, ya que, realizando la revisión de este, nos encontramos con el bosón de Higgs, por otra parte, la existencia del bosón de Higgs y del campo de Higgs es asociado al más simple de varios métodos del modelo estándar de la física de partículas que intentan explicar la razón de la existencia de masa en las partículas elementales (Valencia y Bernal, 2016).

Teoría de la equivalencia de las condiciones

Según, Buri y Lizst (1873) la teoría de la equivalencia de las condiciones se empieza a conocer en Alemania a partir de 1843, con Stuart Mill. Años más tarde esta teoría desarrollada únicamente por Buri en 1873.

El mismo Buri (1873) expuso que no solamente la suma de una diversidad de elementos es causa de un fenómeno, sino que además cada una de esas fuerzas individualmente consideradas a su vez causa un resultado.

Según esta teoría, todo resultado o efecto es consecuencia de una multitud de condiciones, siendo todas ellas, desde el punto de vista causal, igualmente necesarias, y, por tanto, equivalentes. Es preciso tomar en consideración el resultado concreto, tal como se ha producido, con todas sus circunstancias, por ejemplo; de cuantía, tiempo y lugar, parte de la idea de que todo resultado es un producto debido a condiciones dadas. Por ejemplo, para que una planta crezca “resultado”, es necesario que se den las condiciones siguientes: buena tierra, semillas, lluvias, y la acción humana de sembrar.

Pero la teoría no llama “condición” a cualquier hecho, sino solo a aquellos sin los cuales el resultado no se hubiese producido, con el fin de saber si un hecho es “condición”, se lo elimina mentalmente y, si el resultado no se produce, el hecho es “condición del resultado”. Así sucede, por ejemplo, con la semilla, con la acción del hombre, etc., si suprimimos cualquiera de ellas, el crecimiento de la planta “resultado” no se producirá. Como vemos todas las condiciones son *Sine Qua Non*, pues son condiciones “sin las cuales” el resultado “no” se produce.

Si aplicamos esta teoría en las empresas, el todo depende de lo más mínimo, pero también del todo y este debe estar organizado armónicamente, lo cual, es aplicable en la elaboración de los productos y servicios, si nos falta alguna materia prima o algún insumo no es posible construir un producto de calidad que cumpla con las expectativas de nuestros futuros consumidores finales, y de acuerdo a las exigencias de los empresarios, pero de la misma forma los productos y empaques puede contaminar un 100 % siendo estrategias efectivas enfocadas en la prevención de la contaminación ambiental.

Teoría ecológica

Según, Bronfenbrenner (1917-2005), propone en 1987 una perspectiva ecológica del desarrollo de la conducta humana. Esta perspectiva concibe al ambiente ecológico como un conjunto de estructuras seriadadas y estructuradas en diferentes niveles, en donde cada uno de esos niveles contiene al otro.

Tabla 7.
Sistemas ambientales propuestos por la teoría o modelo ecológico de Bronfenbrenner en 1990.

Sistema Ambiental	Descripción	Personas o escenarios influyentes
Microsistema	Constituye el nivel más inmediato en el que se desarrolla el individuo. El ambiente en el que el individuo pasa más tiempo.	Familia
		Pares
		Escuela
		Vecindario
Mesosistema	Comprende las interrelaciones de dos o más entornos en los que la persona en desarrollo participa activamente, es decir, vínculos entre microsistemas.	Relación entre la familia y la escuela.
		Relación entre la familia y los amigos.
Exosistema	Lo integran contextos más amplios que no incluyen a la persona como sujeto activo, pero que sus decisiones o acciones influyen en él.	El consejo superior de la escuela
		La Junta de Acción Comunal del barrio.

Sistema Ambiental	Descripción	Personas o escenarios influyentes
Macrosistema	Lo configuran la cultura y la subcultura en la que se desenvuelve la persona y todos los individuos de su sociedad.	Valores.
		Costumbres.
Cronosistema	Condiciones sociohistóricas que influyen en el desarrollo del individuo.	Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en esta época influyen en el desarrollo de una persona de una manera nunca vista.

Fuente: Universidad Abierta y a Distancia (2016).

Este psicólogo ruso propuso la teoría ecológica sobre el desarrollo y el cambio de conducta en el individuo, esta teoría es aplicable a la influencia que tienen los individuos y las empresas en el medio ambiente desde el macrosistema hasta el cronosistema y sus consecuencias en las decisiones que se toman frente al planeta y en sus métodos de elaboración de productos y servicios.

Inteligencia emocional en las empresas y los objetivos de desarrollo del milenio

Es importante entender que los empresarios deben poseer habilidades blandas altamente desarrolladas como también: virtudes, cualidades, competencias, conocimiento, adaptabilidad, inteligencia emocional, habilidades humanas, técnicas de negociación, liderazgo, trabajo en equipo, capacidad para saber motivar, saber delegar, ser

respetuosos, cautelosos, innovadores, seguros, optimistas, con un pensamiento prospectivo y sobre todo gran sentido desarrollado para saber escuchar.

El poseer el conocimiento, el capital y la información, se constituye en un factor decisivo con el fin de tener empresas rentables, el conocimiento se divide en experiencia, sabiduría e información como lo menciona Aristóteles en su libro *Ética para Nicómaco* y escrito en el siglo IV A.C., libro que es uno de los primeros tratados sobre la ética y la moral de la filosofía occidental, donde se argumenta que no se pueden tomar buenas decisiones, si no se es sabio, justo y aplicándolo en la actualidad debemos ser sabios, justos, equitativos y responsables.

De acuerdo con lo anterior, si no somos conscientes de la contaminación ambiental y el consumo irresponsable en futuro no muy lejano solo estaríamos fabricando alimentos únicamente en laboratorios, y en el caso de otros tipos de alimentos como la producción de ganadería y la pesca cómo haríamos.

Según lo anterior, las futuras generaciones solo observarían los cultivos y los animales en las películas o zoológicos, pero finalmente cuál sería el fin de las empresas, obtener la máxima eficacia empresarial “utilidad” sin importar la contaminación generada. Por lo tanto, el desarrollo sostenible es el desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer las suyas. (Informe Brundtland, 1987)

Aplicando la inteligencia emocional en las empresas “las investigaciones han demostrado que un profesional eficiente es una persona que percibe más fácil, más rápido y hábilmente que los demás, los conflictos en la empresa y los puntos vulnerables, los puede identificar con más prontitud, pronostica y actúa más rápidamente” (Goleman, 1946).

Lo anterior planteado por Goleman (1946), quien clasifica Inteligencia Emocional (IE) en tres saberes que son: saber pensar, saber sentir y saber actuar, lo que más llama la atención es que si partiéramos de que el planeta es un ser vivo, podríamos aplicar estos principios como el saber pensar, entendiéndolo como el cambio cognitivo que ha tenido el ser humano y que ha significado el transcurrir de centenas de miles de años;

las capacidades cognitivas los procesos tales como la memoria, la atención, el lenguaje, percepción, la solución de problemas con inteligencia y la planificación involucran funciones cerebrales sofisticadas y únicas, las cuales, se deben desarrollar y aplicar en el cuidado del planeta.

El saber sentir desde lo emocional, el cual, es la etapa de la socialización fuera del ámbito familiar, es decir, al niño que le gusta estar en compañía de otros niños y comparte juegos y conversaciones con sus iguales, esto es aplicable en las empresas cuando el individuo interactúa con el medio ambiente. En pocas palabras interviene el medio ambiente produciendo y contaminando donde se crea una enfermedad al planeta como es el caso del calentamiento global.

Sin embargo, es imprescindible mencionar que el Pacto Global de Naciones Unidas que se constituye en una iniciativa que promueve el compromiso del sector privado, sector público y sociedad civil en alinear sus estrategias y operaciones con diez principios universalmente aceptados en cuatro áreas temáticas: derechos humanos, estándares laborales, medio ambiente y anticorrupción, así como contribuir a la consecución de los objetivos de desarrollo de Naciones Unidas (objetivos de desarrollo del milenio ODM o nueva agenda de objetivos de desarrollo sostenible). De acuerdo con lo anterior, se procedió a consultar la tabla de progreso hacia los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) 2015, en los cuales, se concluyen varios objetivos importantes que están cumplidos o cerca de ser cumplidos al finalizar el 2015 en muchas regiones y subregiones, mientras que se necesitan más esfuerzos en otras áreas.

A continuación, se presenta la evaluación final del progreso regional y subregional alcanzado hasta junio de 2015 de las metas principales relacionadas con cada objetivo.

Agenda 2030 y los objetivos de desarrollo sostenible. Los jefes de estado y de gobierno y altos representantes, reunidos en la sede de las Naciones Unidas en Nueva York del 25 al 27 de septiembre de 2015, definieron una agenda de desarrollo sustentable realizable para el 2030. Esta agenda denominada la Agenda 2030, está compuesta por 17 objetivos mundiales, llamados Objetivos de Desarrollo Sostenible que se materializan en 169 metas medibles a través de 230 indicadores verificables. En la figura 11 se muestran los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Figura 10.
Objetivos de desarrollo sostenible.



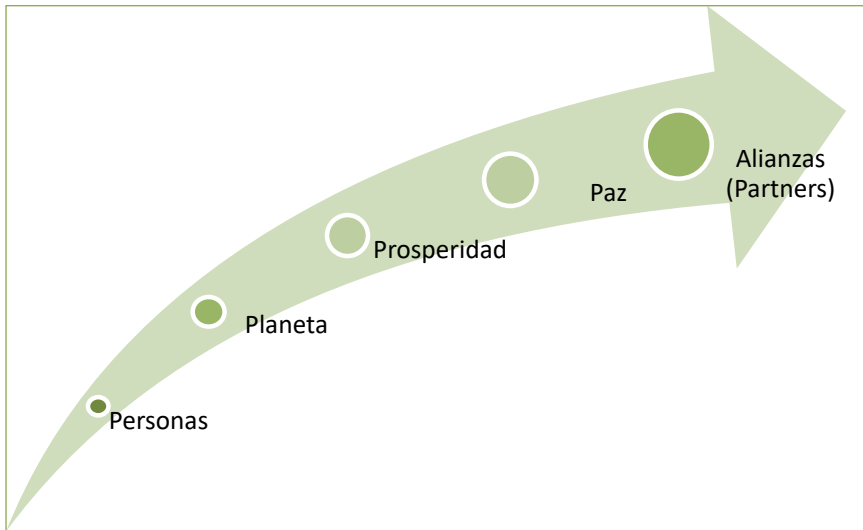
Fuente: Programa de naciones unidas para el desarrollo (s.f).

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), son un llamado universal a la adopción de medidas para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que todas las personas gocen de paz y prosperidad.

Los ODS sustituyen a los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM), con los que se emprendió en 2000 una iniciativa mundial para abordar la indignidad de la pobreza. Los ODM eran objetivos medibles acordados universalmente para hacer frente a la pobreza extrema y el hambre, prevenir las enfermedades mortales y ampliar la enseñanza primaria a todos los niños, entre otras prioridades del desarrollo (PNUD, 2018), los ODS plantean respuestas sistémicas a una visión global e interrelacionada del desarrollo sostenible que afronta cuestiones tan importantes como la desigualdad y la pobreza extrema, los patrones de consumo no sostenibles y la degradación ambiental, el reforzamiento de las capacidades institucionales, así como procesos de solidaridad global novedosos que los objetivos de desarrollo sostenible (ODM) se descuidaron (Gómez, 2017).

En este orden de ideas, los ODS constituyen una apuesta fundamental para gobiernos y sociedades en la búsqueda de garantizar el desarrollo sustentable basado en lo que denominan las cinco P's de los ODS que son:

Figura 11.
Las cinco P's de los objetivos de desarrollo del milenio (ODM).



Fuente: elaboración propia.

Si bien, esta agenda brinda un panorama muy completo y ambicioso de las metas que se deben buscar para llegar a un desarrollo sostenible, es necesario implementar mayores acciones y esfuerzos para que estos objetivos se cumplan a 2030, tanto por parte de los gobiernos a través de políticas públicas y educación, así como por parte de las organizaciones del sector privado y la sociedad civil.

Los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible están relacionados con áreas de intervención del plan estratégico del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), en lo siguiente: desarrollo sostenible, gobernabilidad democrática y consolidación de la paz, y resiliencia ante el clima y los desastres naturales. El objetivo 1 sobre pobreza, el 10 sobre

desigualdad y el 16 sobre gobernabilidad son de particular importancia para el trabajo actual y los planes a largo plazo (PNUD Guatemala, s.f.).

Tabla 8.
Objetivos de desarrollo del milenio 2015.

Reducir la pobreza extrema a la mitad	poca pobreza	pobreza muy alta	poca pobreza	pobreza moderada	pobreza muy alta	poca pobreza	—	poca pobreza	poca pobreza
Empleador productivo y trabajo decente	déficit alto	déficit muy alto	déficit moderado	déficit alto	déficit alto	déficit alto	déficit muy alto	déficit moderado	déficit bajo
Reducir el hambre a la mitad	goca hambre	hambre extrema	hambre moderada	hambre moderada	hambres extrema	hambres moderada	hambre moderada	hambre moderada	hambres moderada

Objetivo 2 | Lograr la enseñanza primaria universal

Educación primaria universal	alta matriculación	moderada matriculación	alta matriculación	alta matriculación	alta matriculación	alta matriculación	alta matriculación	alta matriculación	alta matriculación
------------------------------	--------------------	------------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------

Objetivo 3 | Promover la igualdad de género y el empoderamiento de la mujer

Equidad en la matriculación de niñas en la escuela primaria	cercano a la paridad	cercano a la paridad	paridad	paridad	paridad	cercano a la paridad	cercano a la paridad	paridad	paridad
Proporción de mujeres en el empleo remunerado no agrícola	baja proporción	proporción media	alta proporción	proporción media	baja proporción	baja proporción	proporción media	alta proporción	alta proporción
Representación femenina en los parlamentos nacionales	representación moderada	representación moderada	representación moderada	baja representación	baja representación	baja representación	muy baja representación	representación moderada	baja representación

Objetivo 4 | Reducir la mortalidad de los niños menores de 5 años

Reducir en dos tercios la tasa de mortalidad en menores de 5 años	baja mortalidad	alta mortalidad	baja mortalidad	baja mortalidad	mortalidad moderada	baja mortalidad	mortalidad moderada	baja mortalidad	baja mortalidad
---	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	---------------------	-----------------	---------------------	-----------------	-----------------

Objetivo 5 | Mejorar la salud materna

Reducir en tres cuartas partes la mortalidad materna	baja mortalidad	alta mortalidad	baja mortalidad	mortalidad moderada	mortalidad moderada	baja mortalidad	mortalidad moderada	baja mortalidad	baja mortalidad
Acceso a la atención de la salud reproductiva	acceso moderado	acceso bajo	acceso alto	acceso moderado	acceso moderado	acceso moderado	acceso bajo	acceso alto	acceso moderado

Objetivo 6 | Combatir el VIH-SIDA, el paludismo y otras enfermedades

Detener y revertir la propagación del VIH-SIDA	baja incidencia	alta incidencia	baja incidencia	baja incidencia	baja incidencia	baja incidencia	baja incidencia	baja incidencia	baja incidencia
Detener y revertir la propagación de la tuberculosis	baja mortalidad	mortalidad alta	baja mortalidad	mortalidad moderada	mortalidad moderada	baja mortalidad	mortalidad moderada	baja mortalidad	mortalidad moderada

Objetivo 7 | Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente

Reducir a la mitad la proporción de la población sin fuentes separadas de agua potable	alta cobertura	baja cobertura	alta cobertura	alta cobertura	alta cobertura	alta cobertura	baja cobertura	alta cobertura	cobertura moderada
Reducir a la mitad la proporción de la población sin servicios de saneamiento	cobertura moderada	cobertura muy baja	cobertura moderada	baja cobertura	cobertura muy baja	alta cobertura	cobertura muy baja	cobertura moderada	alta cobertura
Mejorar la vida de los habitantes de tugurios	baja proporción de habitantes de tugurios	muy alta proporción de habitantes de tugurios	moderada proporción de habitantes de tugurios	moderada proporción de habitantes de tugurios	moderada proporción de habitantes de tugurios	moderada proporción de habitantes de tugurios	moderada proporción de habitantes de tugurios	moderada proporción de habitantes de tugurios	—

Objetivo 8 | Fomentar una alianza mundial para el desarrollo

Usuarios de Internet	uso moderado	bajo uso	alto uso	uso moderado	bajo uso	alto uso	bajo uso	alto uso	alto uso
----------------------	--------------	----------	----------	--------------	----------	----------	----------	----------	----------

El progreso conseguido se muestra en dos niveles: el texto de cada casilla indica en palabras el grado de adelanto alcanzado hasta la actualidad, y los colores muestran el progreso logrado en la consecución de la meta, según las claves siguientes:

- Meta alcanzada o excelente progreso.
- Progreso pobre o deterioro.
- Buen progreso.
- Datos no disponibles o insuficientes.
- Progreso pasible.

Para los grupos regionales y los datos por país, véase data.mdev.org. Los valores de cada país pueden diferir considerablemente con respecto a la media regional. Esta Tabla de progreso no es comparable con versiones anteriores debido a los nuevos datos de modo de vida y la aplicación de métodos de estimación.

Fuente: Naciones Unidas, con información basada en datos y estimaciones provistos por los siguientes organismos: Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo y la Agricultura, Unión Internacional de Telecomunicaciones, Organización Internacional del Trabajo, Unión Internacional de Telecomunicaciones, ONU-GEI, UNESCO, ONU-Habitat, UNICEF, División de Población de las Naciones Unidas, Banco Mundial, Organización Mundial de la Salud, según las estadísticas disponibles en junio de 2015.

Recopilado por la División de Estadística del Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de las Naciones Unidas

Fuente: Naciones Unidas (2015).

En la declaración del milenio en el año 2000 los estados miembros de las Naciones Unidas se comprometieron a construir un mundo mejor para el siglo XXI. Reanudaron ese compromiso en la Cumbre Mundial del 2005 y se unieron en una visión común que subrayaba: la eliminación de la pobreza extrema y el hambre, la educación primaria para todos los niños, igualdad de oportunidades para las mujeres como para los hombres, mejora en los servicios de salud para mujeres y niños, prevención de nuevos casos de VIH/sida, paludismo y tuberculosis, sostenibilidad del medio ambiente, fomentar una alianza mundial para el desarrollo que incluya tanto al sector privado como a las organizaciones de la sociedad civil y el aprovechamiento de las nuevas tecnologías por todos, estos Objetivos de Desarrollo del Milenio fueron traducidos en 21 metas que deben ser alcanzadas en el 2015, teniendo como año base 1990.

Con base en información disponible hasta junio del 2009, esta tabla muestra una evaluación del progreso alcanzado hacia el logro de metas seleccionadas dependiendo del indicador, los últimos datos disponibles pueden remontarse a cualquier año entre el 2005 y el 2009.

Por otra parte, el Pacto Global considera un marco de acción que facilita la legitimación social de los negocios y los mercados. Aquellas organizaciones que se adhieren al pacto global comparten la convicción de que las prácticas empresariales basadas en principios universales contribuyen a la generación de un mercado global más estable, equitativo e incluyente, y que fomenta sociedades más prósperas (Red Pacto Global Colombia, 2016).

Actualmente, el pacto global tiene presencia en más de 130 países y cuenta con aproximadamente 12900 organizaciones adheridas en el mundo, por esta razón, se constituye en la iniciativa de ciudadanía corporativa más grande del mundo.

El saber actuar con respecto al desarrollo conductual, en este caso la conducta humana, es determinada tanto por la dotación dialógica como por la sociedad humana o cultural. Existen tres grupos específicos de factores que interactúan para conformar la conducta: herencia, maduración y socialización, aplicándolo a nivel empresarial la herencia de la tierra, la maduración de su población y refiriéndonos a la socialización en los modos de aprendizaje y de conducta aceptado y aprobado, en los actos que tenemos frente al planeta en lo que es el comportamiento frente al

mismo desde lo no aceptado contaminación y lo aceptado la protección del medio ambiente.

En el caso de las habilidades humanas, liderazgo, manejo de conflictos, competencias ciudadanas, metamorfosis, relaciones humanas y trabajo en equipo, es importante aplicar estos principios en el manejo del planeta tierra. En este sentido, debemos tratarlo como nos gustaría que nos trataran a nosotros. Es manejando conflictos como se pueden generar las empresas y las economías de escala, con el fin de trabajar conjuntamente con en el cuidado, respetando y cumpliendo con la normatividad medio ambiental establecida, igualmente teniendo un buen manejo de las relaciones empresariales con nuestros grupos de interés *Stakeholders* y *Shareholders*, aplicando el trabajo en equipo entre las mismas empresas con el fin de impactar el medio ambiente positivamente.

Por otra parte, es importante que las empresas cuenten con departamentos de investigación, innovación y desarrollo donde los gerentes que las dirigen posean una prospectiva que se ha aplicada en la elaboración de Productos y Servicios en los que este concepto sea aplicado; entendiéndolo como un cambio de ingenio y creatividad en su elaboración. Estas novedades deben contribuir en el correcto manejo del medio ambiente; como por ejemplo, aplicado en la elaboración de empaques a partir de recursos renovables, algunos pueden servir después de su uso, y de acuerdo a sus componentes en abonos orgánicos esto se constituye en una herramienta imprescindible para poder aportar nutrientes al planeta tierra, con el fin de que esta sea lo suficientemente fértil, y así poder aumentar la actividad de los microorganismos del suelo para que las plantas crezcan y se desarrollen correctamente.

La prospectiva se enfoca en la importancia de la visión estratégica que debe servir a toda empresa como parte fundamental de la misión y la visión de un futuro empresarial, en donde se deben realizar estudios en innovación y tecnología, en el comportamiento del ser humano con respecto al medio ambiente desde el punto de vista sociológico y debido a la interacción constante con este. Es también importante realizar estudios de medición para identificar que tanto contaminan la elaboración de productos el medio ambiente.

Economía de empresa como ciencia

De acuerdo con el concepto de economía de la empresa como ciencia, se define como las relaciones causales que se producen dentro de la empresa, donde se concretan los métodos aplicables a la hora de abordar las diversas relaciones económico-empresariales objeto de estudio.

Por lo tanto, la economía de la empresa es una ciencia natural en cuanto intenta una comprensión de las relaciones formales entre sus diversos contenidos y fenómenos y utiliza las matemáticas para conseguir una racionalización más exacta y precisa. Es decir, la economía de la empresa busca comprender las relaciones que se dan entre los diversos fenómenos empresariales monetarios, productivos, distributivos, comerciales, sociales, etc., a los que tiene acceso la acción directiva para constituir un cuerpo sistematizado de relaciones formales explicativas del acontecer empresarial. Esta matriz de conocimientos es posteriormente utilizada en la práctica para mejorar la gestión empresarial gracias a la comprensión de las causalidades que gobiernan su funcionamiento (Rodríguez, Castellanos, García y Peña, 2005).

Humanismo empresarial

El humanismo empresarial hace referencia a la enorme importancia que asumen los valores morales en la economía. El gran teórico de la administración *management*, Peter Drucker (1954), advierte justamente que el *management* “tiene que ver con la gente, con sus valores, con su perfeccionamiento y desarrollo y eso lo define como algo humano. El *management* está profundamente comprometido con asuntos espirituales: la naturaleza del hombre, el bien y el mal.

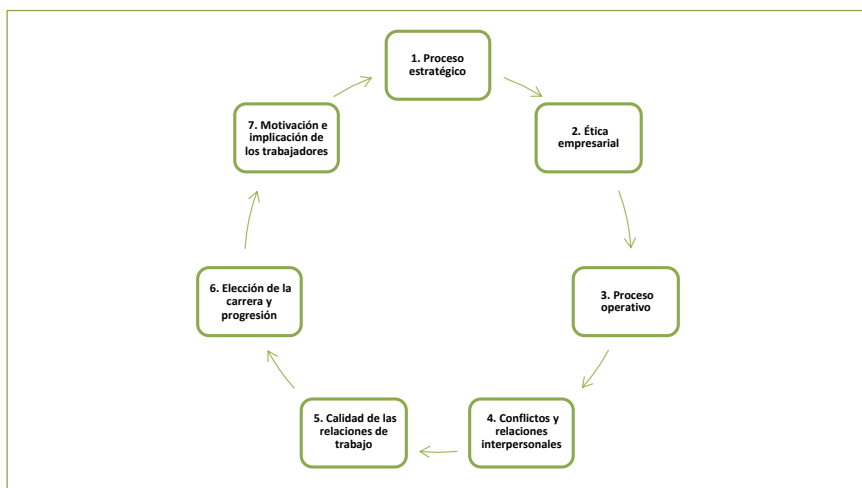
Esto se debe básicamente a que el proceso económico se fundamenta en el acuerdo entre dos partes para intercambiar algo. El intercambio implica necesariamente unas condiciones físicas “la presencia física del bien o servicio que se intercambia” y unas condiciones psicológicas, como la voluntad de intercambiar y la voluntad de respetar el acuerdo. Es precisamente aquí, en el campo de las condiciones psicológicas, donde tienen que intervenir los valores morales.

De acuerdo con esta visión, el Premio Nobel de Economía Amartya Sen (1998), durante una conferencia en la Universidad de Valencia, señaló que

Los códigos morales son parte integral del funcionamiento económico, y pertenecen de manera destacada a los recursos sociales de una comunidad. La economía moderna ha tendido a abandonar totalmente estos aspectos de los sistemas económicos. Hay buenas razones para intentar cambiar ese abandono y reintroducir en la corriente principal de la ciencia económica este componente crucial de la actividad de una economía (p. 35)

De hecho, son cada vez más los economistas que coinciden en señalar la importancia de los valores morales en la economía poniendo de relieve que los valores afectan a los siguientes campos:

Figura 12.
Valores morales aplicados en la economía.



Fuente: elaboración propia.

Según Barnard (1962) padres de la teoría de la organización afirma que “las organizaciones perduran en proporción a la amplitud de la moral que las dirige. Las bases para una cooperación duradera son las previsiones, los objetivos a largo plazo y, sobre todo, los altos ideales” (Barnard, 1962, párr. 7). El teórico de la gestión empresarial aseguraba,

además, que la clave del éxito consiste en transmitir a los empleados un sentimiento de pertenencia a la empresa y fuertes valores éticos “lógicamente, se trata de transmitirlos, sobre todo, con ejemplos prácticos, y no a fuerza de repetir.” (Salvatore, 2012, p. 79). De hecho, los valores éticos son la base para construir la confianza considerando que la confianza no es algo que ocurre por casualidad, sino que la creamos nosotros mismos a través de nuestras relaciones, incluyendo las relaciones en los negocios. Como justamente afirma el filósofo de la empresa Robert Salomón, la confianza representa la virtud empresarial esencial; la virtud sin la cual no podrían darse los negocios, ni sociedad civilizada alguna.

Por otra parte, Adam Smith, autor de *Teoría de los sentimientos morales*, en el cual, critica la concepción utilitarista de la economía, reconoce que cuando la tristeza o las enfermedades nos obligan a reflexionar sobre lo que en realidad, necesitamos para ser felices, el poder y la riqueza se ven tal como en verdad son: “gigantescas y laboriosas máquinas destinadas a proporcionar unas cuantas insignificantes comodidades para el cuerpo y que pueden en todo momento estallar en mil pedazos y aplastar entre sus ruinas a su desdichado poseedor.” (Moccia, 2012)

Conceptualización humanización de la economía empresarial

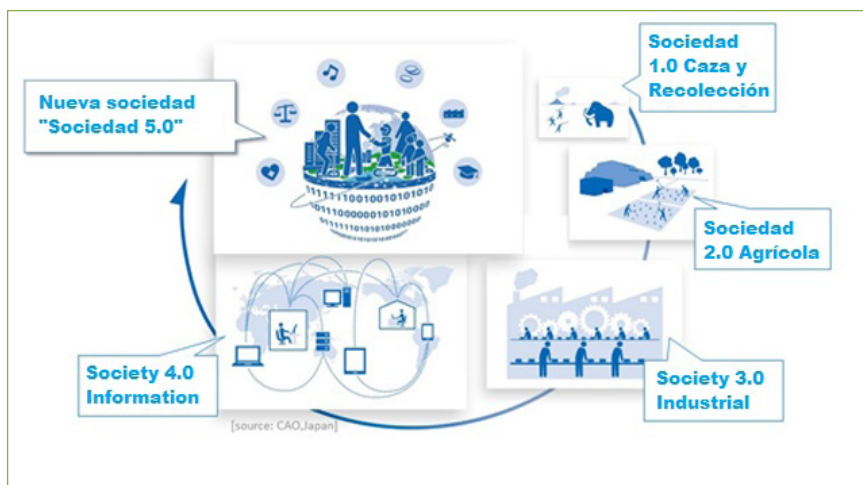
Esta publicación plantea como reto definir el concepto de humanización de la economía empresarial y de acuerdo con la revisión realizada de diferentes autores los cuales afirman que la humanización de la economía empresarial como la capacidad que tienen las empresas para asumir los principios y los valores morales en las organizaciones, es un proceso estratégico donde se promueve la ética empresarial y se fomentan las buenas relaciones laborales. Por lo tanto, la humanización de la economía empresarial es una ciencia natural en cuanto intenta la comprensión de las relaciones humanas formales donde intervienen diferentes actores o grupos de interés, los cuales, se relacionan necesariamente en una actividad empresarial y donde se persigue un fin común que promueva un salario justo, dignidad laboral y el respeto laboral, permitiéndoles a los empleados ser productivos humanizando cada una de sus labores, logrando el cambio de la conducta humana y logrando la conciencia social en todos los miembros de la organización. También, que se promueva el compromiso con el desarrollo sustentable y se fomente la competitividad en el mercado utilizando altos estándares tecnológicos robótica,

inteligencia artificial y automatización. Todo lo anterior, permitiendo dignificar y mejorar la calidad de vida de los miembros de la organización.

Contribución de la sociedad 5.0 en el humanismo empresarial y el desarrollo humano sustentable

Como factor fundamental se identifica que la sociedad 5.0, se encuentra alineada con la propuesta del modelo de humanización de la economía empresarial y responsabilidad social empresarial propuesto para las Pymes del sector de las confecciones, toda vez que, contribuye a la evolución del ser humano como ser social que no piensa como un ser individual, sino que, trasciende como un ser humano que toma decisiones e interactúa en concordancia con el bienestar de la sociedad evolucionado y creando una conciencia más humana.

Figura 13.
Evolución de la sociedad 1.0, 2.0, 3.0, 4.0 y 5.0.



Fuente: Society 5.0. Cabinet Office (s.f.).

De acuerdo con lo anterior, una sociedad centrada en el ser humano debe equilibrar el avance económico con la resolución de problemas sociales mediante un sistema que integra altamente el ciberespacio y el espacio físico.

La sociedad 5.0 fue propuesta en el V Plan Básico de Ciencia y Tecnología como una sociedad futura a la que Japón debería aspirar. Sigue a la sociedad cazadora sociedad 1.0, la sociedad agrícola sociedad 2.0, la sociedad industrial sociedad 3.0 y la sociedad de la información sociedad 4.0, por lo tanto, la sociedad 5.0 equilibra el desarrollo económico y resuelve problemas sociales, se puede decir que el entorno que rodea a Japón y al mundo se encuentra en una era de cambios drásticos.

A medida que la economía crece la vida se vuelve próspera y conveniente, la demanda de energía y alimentos aumenta, la esperanza de vida se alarga y la sociedad que envejece avanza.

Además, la globalización de la economía continúa, la competencia internacional es cada vez más severa y crecen problemas como la concentración de la riqueza y la desigualdad regional. Los problemas sociales que deben resolverse en oposición como compensación a dicho desarrollo económico se han vuelto cada vez más complejos. Aquí, una variedad de medidas se han vuelto necesarias: como la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI), el aumento de la producción y la reducción de la pérdida de alimentos, la mitigación de los costos asociados con el envejecimiento de la sociedad, el apoyo a la industrialización sostenible, la redistribución de la riqueza y la corrección de desigualdad regional, pero, lograr al mismo tiempo el desarrollo económico y la solución de los problemas sociales ha demostrado ser difícil en el sistema social actual, ante cambios tan importantes en el mundo, las nuevas tecnologías como internet de las cosas IoT, robótica, inteligencia artificial IA y Big data, las cuales, pueden afectar el curso de una sociedad, continúan progresando. Japón busca hacer realidad la sociedad 5.0 como una nueva sociedad que incorpore estas nuevas tecnologías en todas las industrias y actividades sociales y logre en paralelo tanto el desarrollo económico como la solución a los problemas sociales.

Por otra parte, al implementar la industria 5.0 permite que el factor humano recupere el protagonismo y se reubique en el centro del proceso de producción. De acuerdo con esta premisa, la tecnología debe estar al servicio humano y no al revés, por lo que se aspira a avanzar hacia un escenario de plena colaboración entre hombre-máquina.

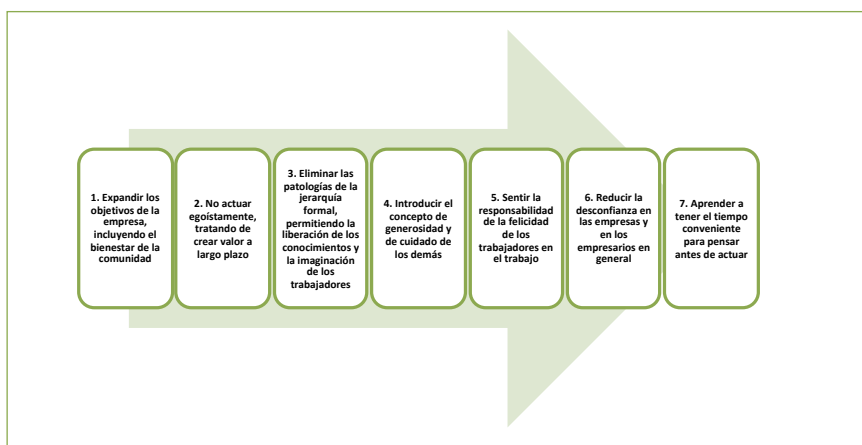
Dicho de otra manera, si la industria 4.0 se basaba en la interconectividad entre máquinas y sistemas informáticos, la industria 5.0 busca combinar los roles de humanos y máquinas con el fin de reforzarse y

complementarse y no el sacrificar a los humanos, sino mejorar su calidad laboral y elevarse hacia una calidad en los procesos de producción más humanos apoyándose en las máquinas.

Empresas más humanas

Lo que resulta indispensable es que los empresarios y directivos entiendan que las personas no se conquistan con dinero, sino con un ambiente verdaderamente humano y con un buen clima laboral donde se trabaje más por la ilusión del trabajo bien hecho, que por los objetivos financieros a corto plazo. El problema que ahora hay que plantearse es cómo crear un ambiente de trabajo verdaderamente humano, las claves básicamente son dos: 1. Se necesitan trabajadores formados no solo en conocimientos científicos y técnicos, sino también y sobre todo en actitudes y valores. 2. Se requiere que todos los componentes de la sociedad laboral sepan reconocer y fomentar positivamente esas actitudes y valores para conseguir el segundo objetivo, es indispensable que la gestión empresarial se desarrolle por medio de los siguientes aspectos:

Figura 14.
Desarrollo de la gestión empresarial en las empresas más humanas.



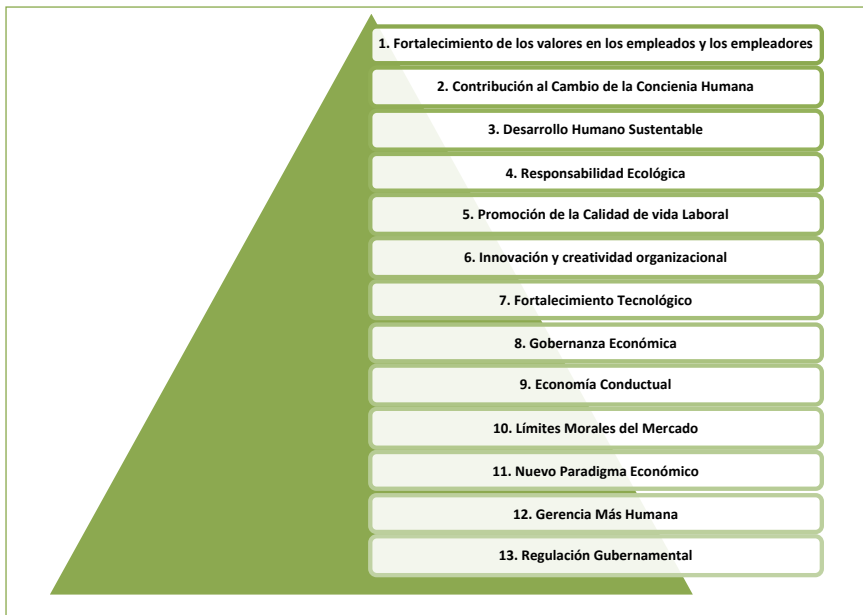
Fuente: elaboración propia.

Según la consulta realizada de varios autores, teorías y la revisión de la literatura se han identificado los siguientes principios de la humanización de la economía empresarial con el fin de crear el modelo híbrido de humanización de la economía empresarial y la responsabilidad social corporativa aplicada en las Pymes del sector de confecciones ubicadas en Bogotá D.C., en las localidades de Puente Aranda y Barrios Unidos.

Modelo medición de la humanización de la economía empresarial

Los aspectos identificados que son propuestos para desarrollar el modelo híbrido de humanización de la economía empresarial y responsabilidad social corporativa de acuerdo con las teorías y autores consultados son los siguientes:

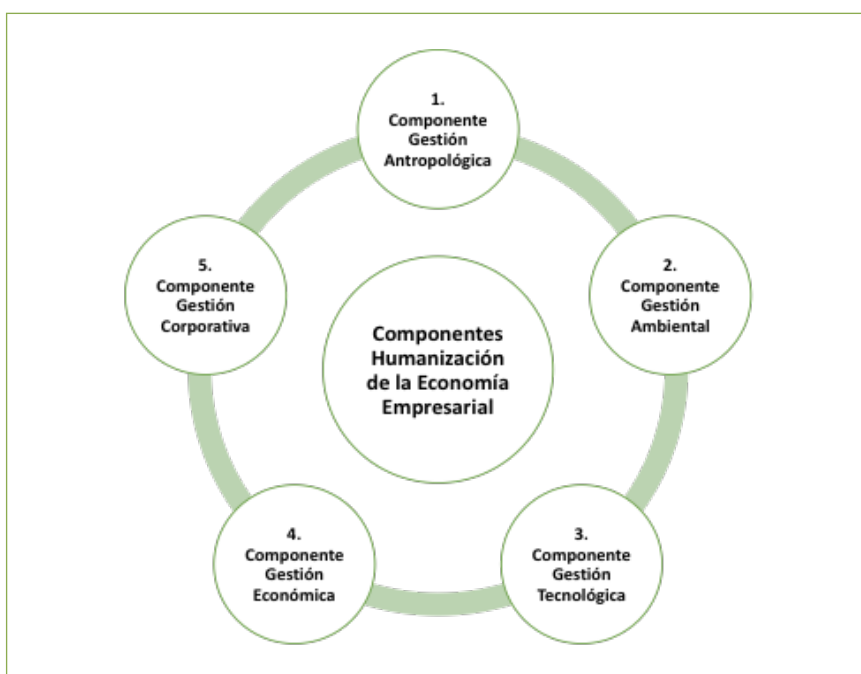
Figura 15.
Aspectos propuestos para medir la humanización de la economía empresarial.



Fuente: elaboración propia.

De acuerdo con lo anterior, se procedió a organizar cada uno de los aspectos identificados y se clasificaron en factores y subfactores a los cuales, se les denominó componentes y subcomponentes que conforman el modelo de humanización de la economía empresarial que tendrán una asignación porcentual con el fin de evaluar la gestión corporativa que deben realizar las empresas. Los componentes identificados son los siguientes:

Figura 16.
Componentes humanización de la economía empresarial.



Fuente: elaboración propia.

Componente gestión antropológica

- **Fortalecimiento de los valores y las virtudes:** Adam Smith define que los valores y virtudes en su teoría económica son los siguientes:

[...] de todas las virtudes la más útil al individuo, la humanidad no puede haber una sociedad floreciente y feliz cuando la mayor parte de sus miembros son pobres y desdichados, la justicia la justicia es siempre violada cuando uno es privado de aquello a lo que tenía derecho, el triunfo de la injusticia destrozará por completo la sociedad, la generosidad no se es generoso sino cuando de algún modo preferimos otras personas a nosotros mismos, y sacrificamos algún interés propio grande e importante a otro interés igual de un amigo, y, finalmente, el espíritu público si en una sociedad toda la riqueza está concentrada y es propiedad de un pequeño número de personas, no puede haber estabilidad: tarde o temprano se produce el colapso (Moccia, et al., 2012, p. 80)

- **Contribución al cambio de la conciencia humana:** las empresas pueden realizar su contribución al cambio de la conciencia humana, por medio de actividades, proyectos, campañas aportando a la formación humana y de la sociedad, lo anterior debido a que el ser humano como concepto biológico resultado genético universal persona como concepto cultural sujeto único autoconsciente, racional y moral del latín que significa máscara; personare = resonar.
- **Anicio Boecio** en el siglo V establece la noción de persona al inicio de la edad media, donde definió la persona como sustancia individual de naturaleza racional.
- **John Locke siglo XVII:** persona es un ser inteligente, dotado de razón y reflexión, que puede pensarse a sí mismo como el mismo ser inteligente en diferentes momentos y lugares.
- **Inmanuel Kant siglo XVIII:** el sentido filosófico moderno del término “persona” persona como agente racional y moral, fundamentación de la metafísica de las costumbres (1785).
- **Boecio** destaca la naturaleza racional e individual de la persona, Kant subraya su capacidad moral y su autonomía.

Singularidad de su individualidad y la autoconciencia es una función de la reflexión y supone un ser ya en acto, que se conoce así mismo mediante ella, por otra parte, según Fernando Bastos en el siglo XX en su enciclopedia de la doctrina social de la iglesia que dice que la persona humana es el individuo de naturaleza racional, portador de

potencialidades que se desarrollan a través de la vida, en el seno de la familia y de la comunidad.

La vida humana en la encrucijada. Lo anterior según lo presentado en el encuentro *Pensar la Bioética* Ediciones Encuentro realizado en Madrid en 2010, considera que la dignidad es el valor que tiene todo ser humano por el solo hecho de ser persona, valor en sí mismo, merece todo respeto y reconocimiento, la dignidad humana consiste en conseguir como fin último buscar los medios más eficaces y adecuados para lograr el bien de la persona misma, y el bien de las demás personas, de acuerdo con lo anterior la participación activa en la vida social, económica, política y ambiental, con conciencia y libre elección para trascender con responsabilidad individual y colectiva.

Calidad de vida laboral. Según lo consultado en el artículo influencia de la calidad de vida laboral en los individuos y las organizaciones, según Abramo y Montero (2000, como se citó en Sánchez, 2013), el concepto de calidad de vida surge a partir de la crítica a los enfoques economicistas centrados solo en el bienestar material de las sociedades a nivel agregado y que dejan de lado los componentes subjetivos y sociológicos relacionados con el bienestar integral de las personas en su diversidad.

El término calidad de vida laboral ha sido definido por distintos autores en distintos sentidos. Según, Lau considera que la CVL se resume como las condiciones y ambientes de trabajo favorables que preservan y promueven la satisfacción de los empleados mediante recompensas, seguridad laboral y oportunidades de desarrollo personal. Por otra parte, según (Nasl y Dargahi, 2006), la CVL es un programa íntegro y amplio designado para mejorar la satisfacción de los empleados, fortaleciendo el aprendizaje en el lugar de trabajo y para ayudar a los empleados a gestionar el cambio y la transición.

Según Mehdi y Mehdizadeh (2010) argumentan que CVL es uno de los métodos más interesantes para crear motivación y es una manera importante para el enriquecimiento del trabajo con prioridades en un salario justo, oportunidades de crecimiento y promoción, y mejora continua del rendimiento del personal. Calidad de vida en el trabajo se refiere al carácter positivo o negativo de un ambiente laboral Vélez.

Ramstad (2009) argumenta que la productividad sostenible no viene a costa del bienestar del empleado y que el objetivo del desarrollo organizacional es hacer el trabajo y las operaciones agradables desde el punto de vista del empleado. A la larga, puede ser difícil mantener el buen crecimiento de la productividad sin un desarrollo favorable en la CVL y, al contrario.

Componente gestión ambiental

Desarrollo humano sustentable: no se puede definir simplemente lo que significa el derecho humano sustentable, porque finalmente más que una materia concreta, significa una serie de objetivos vinculados con estamentos teórico-políticos, con fuertes raíces filosóficas. El desarrollo humano es un proceso, en el cual, se amplían las oportunidades del ser humano (Fajardo, 2006).

De acuerdo con lo anterior, el desarrollo sostenible hace referencia principalmente a una calificación del desarrollo económico de una nación. El desarrollo así entendido no puede ser ajeno a la responsabilidad medio ambiental y al aspecto generacional de una sociedad.

Por otra parte, Jiménez (1996), define el desarrollo sostenible como “La capacidad de convicción del término sostenible para calificar el desarrollo se deriva mucho más de su alcance implícito que de su contenido lingüístico explícito” (p. 40). Su raíz latina se encuentra en *sustinere*, con el significado básico de sostener, sustentar, mantener, pero en el que también se encuentran aspectos de soportar, tolerar, llevar, que son más afines al uso del término inglés *sustainable*.

El objetivo de la humanidad debe ser el desarrollo sostenible donde se satisfagan las necesidades, actuales y futuras incrementando la calidad de vida dentro de los límites del medio ambiente. Este último punto es tal vez el eje fundamental de la sostenibilidad del desarrollo: se trata de que el crecimiento económico se cimiente y se estructure en un manejo respetuoso del medio ambiente y en una previsión que permita continuar con ese crecimiento sin dejar consecuencias a las generaciones futuras.

Según Bonilla (2019) en el modelo de desarrollo de espiral nos ayuda a ver al mundo de una forma completamente diferente. Estos autores se refieren a estos patrones de pensamiento como vMemes. El concepto de vMeme fue acuñado haciendo un paralelo con los genes. Los genes del ser humano están estrechamente vinculados con su ADN, de igual forma podemos hablar de que en los grupos humanos existen vMemes, los cuales, a su vez definen un ADN social.

Se puede pensar en los vMemes como amplios paradigmas orientadores, un esquema a través del cual interpretamos el mundo. Estos vMemes se dividen en ocho niveles, con la posibilidad de que unos más avanzados estén emergiendo en este preciso momento. A su vez, cada nivel tiene fases de entrada, clímax y declive los niveles son los siguientes:

Tabla 9.
Niveles estratificados del desarrollo humano y sus características.

VMemes color	Tema	Pensar	Sistemas de valor	Estilo de vida
Nivel 8	Turquesa	Visión Completa	Holística armonía, espiritualidad existencia holística	Vive con sabiduría
Nivel 7	Amarillo	Fluir Flexible	Integrante rejuvenece el planeta, realidades mutuas	Vive para mutualidad
Nivel 6	Verde	Vínculo Humano	Sociocéntrico establece comunidad, igualdad, autenticidad	Vive para la armonía

VMemes color	Tema	Pensar	Sistemas de valor	Estilo de vida
Nivel 5	Anaranjado	Impulso Luchador	Estratégico éxito, materialismo,	Vive para ganancia
Nivel 4	Azul	Verdad Forzosa	Absolutístico Autoridad, propósito” un-sólo-camino-recto	Vive para el futuro
Nivel 3	Rojo	Dioses-de-Poder	Egocéntrico poder, gratificación, gloria, sin barreras	Vive para ahora
Nivel 2	Púrpura	Espíritu Familia	Tribalístico Tradiciones, ritos, tabúes, grupo, “nuestro pueblo”	Vive para grupo
Nivel 1	Natural	Sentido Sobreviviente Instintivo	Mantenerse vivo, seguridad	Vive para sobrevivir

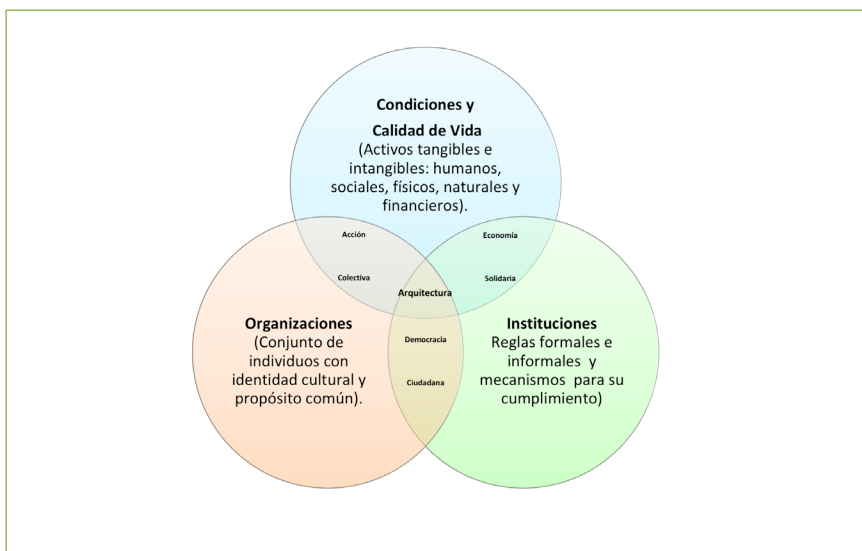
Fuente: Bonilla (2019).

Por lo tanto, el desarrollo humano y sustentable refleja la integración al pensamiento económico, de la dimensión ecológica y cultural redefine las dimensiones claves de la economía.

En el pensamiento neoliberal: su eje es el mercado, ¿cuánto mercado queremos?, ¿cuánta confianza tenemos en la gestión y la eficiencia

empresarial, en el crecimiento con equidad? Su eje está en el gobierno, ¿cuánto gobierno queremos?, ¿cuánta confianza tenemos en la política pública, el desarrollo humano y sustentable? Su eje es la sociedad, ¿cuánta sociedad queremos?, ¿cuánta confianza tenemos en la gente, es decir, en nosotros mismos? (Fajardo, 2006).

Figura 17.
Estructura de regulación modelo (AIP) para el desarrollo humano sustentable..



Fuente: Manzano (2016).

Desarrollo Sostenible: El concepto de desarrollo sostenible surgió en la década de 1980 como una respuesta a la preocupación mundial por la creciente degradación ambiental y la explotación insostenible de los recursos naturales. El desarrollo sostenible busca integrar los aspectos económicos, sociales y ambientales del desarrollo, con el objetivo de lograr un equilibrio entre el crecimiento económico, la justicia social y la protección del medio ambiente.

El desarrollo sostenible se define como un proceso de cambio en el que se satisfacen las necesidades presentes sin comprometer la capacidad

de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades. Se trata de un enfoque holístico que busca integrar la dimensión ambiental, social y económica del desarrollo.

Entre los conceptos clave del desarrollo sostenible se encuentran la equidad intergeneracional, la sostenibilidad ambiental, la eficiencia económica, la justicia social y la participación ciudadana. Estos conceptos son fundamentales para lograr un equilibrio entre las dimensiones del desarrollo.

De acuerdo con lo anterior, existen varios desafíos que debemos enfrentar para lograr un desarrollo sostenible. Estos incluyen la creciente población mundial y el aumento de la demanda de recursos naturales, la desigualdad social y económica, el cambio climático, la pérdida de biodiversidad y la degradación ambiental. Para superar estos desafíos, se requiere de políticas y estrategias a nivel global, nacional y local que promuevan un desarrollo sostenible.

El desarrollo sostenible es un enfoque holístico que busca integrar la dimensión ambiental, social y económica del desarrollo. Para lograr un desarrollo sostenible a largo plazo, es fundamental abordar los desafíos que enfrentamos, como la creciente demanda de recursos naturales, la desigualdad social y económica, el cambio climático, la pérdida de biodiversidad y la degradación ambiental. Se requiere de políticas y estrategias a nivel global, nacional y local que promuevan un desarrollo sostenible equitativo y justo para las generaciones presentes y futuras.

Responsabilidad ecológica: es ante todo fundamental que los ciudadanos entiendan que no se encuentran impotentes ante el cambio global, sino que con pequeños cambios en sus estilos de vida pueden mitigar los efectos del cambio global y adaptarse mejor a estos, y que su derecho al voto supone una herramienta fundamental ejercida responsablemente para que se desarrollen políticas que contribuyan.

De acuerdo con lo anterior, es importante que las empresas diseñen sus propios sistemas de gestión ambiental siguiendo la norma internacional que permite a las empresas demostrar el compromiso asumido con la protección del medio ambiente a través de la gestión de los riesgos medioambientales asociados a la actividad desarrollada. Al asumir la responsabilidad ambiental, además, de la reducción del

impacto ambiental procedente de su actividad, se proyecta y se refuerza la imagen comercialmente sostenible de la empresa (Duarte, 2006).

Por otra parte, según la ISO:14.000 (2015), la gestión ambiental debe ser abordada desde diferentes puntos de vista, como son:

- **Económico:** las actividades llevadas a cabo deben ser rentables y construir una fuente de bienestar económico generando una sostenibilidad entre la sociedad y la cultura.
- **Ecológico:** debe tenerse en cuenta la integridad de los ecosistemas, la capacidad de carga del ecosistema y generar las externalidades positivas, además de conservar los recursos naturales y la biodiversidad.
- **Social:** la sostenibilidad social deriva del desarrollo de las actividades agroambientales, recreativos, paisajística y ecoturísticas.

Componente gestión tecnológica

Fortalecimiento tecnológico: en la actualidad la cuarta revolución industrial se da por medio de la industria 4.0, que difiere de sus antecesoras, ya que, se creó a partir de la fusión de tecnologías y de una creciente armonización e integración entre las disciplinas de investigación de las ciencias. La industria 4.0, se basa en sistemas robóticos inteligentes, vinculados a la internet de las cosas, o sistemas de ordenadores en red, robots e inteligencia artificial interactuando con el mundo físico, digital y biológico, a esta fusión se le denomina sistemas ciber-físicos.

En esencia, la industria 4.0 implicará la integración técnica de sistemas ciber-físicos y el uso del Internet de las cosas y servicio que traerá consigo cambios fundamentales en la forma en que vivimos, trabajamos y nos relacionamos con los demás e incluso lo que significa ser un humano (Patiño, 2019).

Por otra parte, según la publicación el profesional de la industria 4.0 de la empresa multinacional Audaces 360, menciona que lo interesante de la cuarta revolución industrial es que está agregando diversas tecnologías nuevas al proceso productivo, además de la Industria 4.0 y de la automatización, el director de ventas de Audaces, Rodrigo Cabral,

destacó en su conferencia en el evento Conference on Optical Network Design and Modeling (ONDM) realizado en 2017. Tenemos el desarrollo de nuevos materiales y de proteínas que permiten la elaboración de hilos más resistentes basados en la composición de la tela de araña.

Esa tecnología forma parte del conjunto de novedades que Audaces se preocupa en estudiar para poderla aplicar en la industria de la confección con la fabricación aditiva y un sistema de creación 4D, como nuestro Audaces 360, ya hemos conseguido imprimir una prenda después de haber sido creada por el diseñador, observó Cabral durante el ONDM. Como ocurrió en las revoluciones industriales anteriores, con la industria 4.0 las nuevas tecnologías determinan los cambios y también influyen en la sociedad.

En estos tiempos cada vez más personas que compran productos textiles y de vestuario quieren sentirse atendidos en sus necesidades y expectativas individuales. Desean que sus marcas favoritas los escuchen y entiendan, algo motivado por la comunicación directa que la internet permite, hoy tenemos un consumidor con una serie de nuevas expectativas.

En resumen, el nuevo consumidor desea que el diseñador, el patronista y todas las personas involucradas en el proceso de la moda puedan responder a sus necesidades. Así, la industria 4.0 exige que el sector de la moda responda más de lo que ya fue capaz de hacerlo anteriormente. Ese cambio de realidad solo es posible con el uso de la tecnología complementó Cabral.

Uno de los efectos prácticos de la industria 4.0 es que impulsa la creación de empresas enfocadas en nichos de moda, aunque las nuevas tecnologías hacen más fácil la personalización de la moda, no basta para la marca de una empresa si no está trabajando con el nicho correcto. La empresa tiene que trabajar con el individuo y las necesidades que tiene.

Un ejemplo de esto es una empresa europea que fabrica elementos personalizados dentro de su propia tienda. Mientras el consumidor espera que el artículo que eligió sea finalizado, circula dentro de la tienda y puede ver otros elementos interesantes, de esta forma, este cliente puede comprar más, y la marca no necesita trabajar con *stock* de piezas listas porque todo se finaliza delante del consumidor, la marca, trabaja con un

stock de productos no acabados debido a que esta última parte se realiza dentro de la tienda y después de la definición del consumidor.

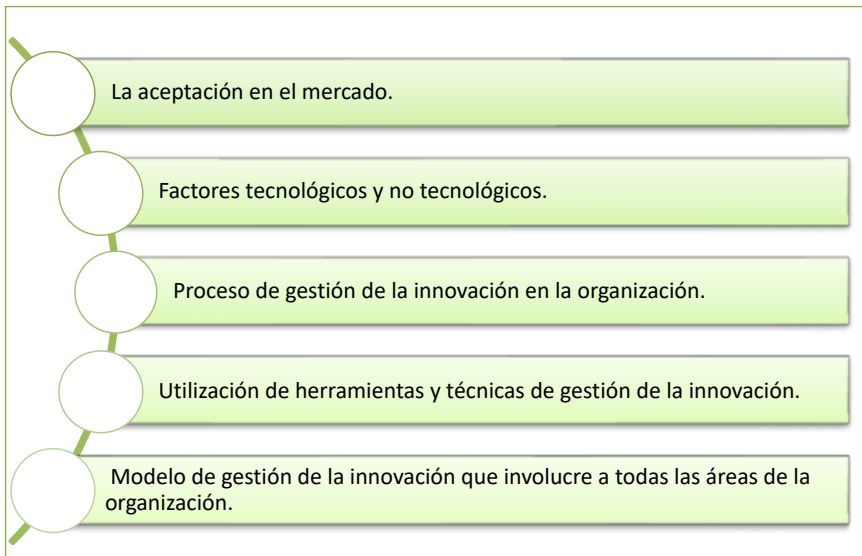
De acuerdo con lo anterior, es importante desarrollar este componente en el momento de diseñar nuevos procesos de producción, fabricar y desarrollar nuevos productos donde es importante aplicar la investigación, innovación y el desarrollo (I+I+D) preocupándose por el aporte que se debe de hacer para disminuir el impacto medio ambiental. Realizando estas acciones se contribuirá significativamente por parte de las empresas y los grupos de interés en sostenibilidad y sustentabilidad.

Innovación y creatividad: según Morcillo (1997) la innovación toca dos aspectos importantes, uno es el comercial y el otro la creatividad. Lo anterior, puede dar pie a un concepto interesante sobre innovación: viendo lo que todo el mundo ve, leyendo lo que todo el mundo lee, oyendo lo que todo el mundo oye, por lo tanto, innovar es realizar lo que nadie ha imaginado todavía, mientras el invento es la creación de una nueva idea, la innovación es un concepto más amplio, pues comprende el proceso de desarrollo y aplicación de una nueva idea. Esta puede representar una recombinación de ideas viejas, un esquema que cuestiona el orden actual, una fórmula o un enfoque singular que sus proponentes perciben como nuevo.

Según el Manual de Oslo (2005), no existe innovación sin la adopción de la idea, aunque no sea nueva para la organización que la adopta o tenga un éxito o aceptación comercial. Presentarse con la idea o el prototipo es una invención. Protegerla y fomentarla hasta que se convierta en un producto y servicio con un mercado de clientes potenciales es otra cosa. De acuerdo con lo anterior, la innovación es una disciplina que han de practicar todas las empresas, independientemente de su dimensión y del sector en que compiten, estas innovaciones tienen que estar implementadas e introducidas en el mercado y se denominan innovaciones tecnológicas de producto y proceso, incluye actividades científicas, financieras, organizacionales y de mercado, igualmente, el Manual de Oslo, establece que desde el concepto de innovación una empresa puede realizar múltiples innovaciones en sus métodos de trabajo, en el uso de los factores y en los procedimientos de producción para mejorar su productividad y funcionamiento comercial.

Esto incluye productos, procesos y métodos desarrollados por estas. También, pueden ser adoptados por otras firmas y organizaciones, por lo tanto, el concepto de innovación implica los siguientes aspectos:

Figura 18.
Innovación empresarial.



Fuente: elaboración propia.

Por otra parte, la creatividad organizacional es uno de los elementos clave que conforman un modelo de gestión de la innovación en las Pymes, los cuales, permiten desarrollar productos y servicios innovadores (López, Blanco y Guerra, 2010).

Componente gestión económica

Gobernanza económica: La academia sueca a través del Premio Nobel ha reconocido en otras ocasiones la humanización de la economía o la revisión de los principios de racionalidad económica. Este es el caso del Nobel concedido en 2009 a Elinor Ostrom, politóloga estadounidense y primera mujer en recibir este premio por su análisis de la gobernanza

económica en el uso de los recursos comunes. Ostrom demostró cómo los bienes comunes pueden ser usados de forma óptima por el grupo de personas implicadas en su uso sin normativas externas. Se debe reconocer que el creciente interés social por el concepto de bienes comunes se debe en buena parte al trabajo de más de treinta años de la politóloga estadounidense y a su taller de teoría política y análisis de política pública de la Universidad de Indiana Bloomington.

Ostrom fue la primera mujer que recibió el Premio del Banco de Suecia en Ciencias Económicas en memoria de Alfred Nobel, el que compartió en 2009 con Oliver E. La obra de Elinor Ostrom se insertó en el marco conceptual de la nueva economía institucional que a partir del análisis microeconómico puso su foco en aspectos desatendidos por la teoría económica convencional, tales como los costes de transacción, el estudio de las reglas del juego, los mecanismos de control y mantenimiento de los acuerdos sociales. A partir de este enfoque Ostrom logró conciliar desde una perspectiva económica los conceptos de eficiencia y sostenibilidad, destacando el rol de las instituciones, la necesidad de atender a la variable temporal, los incentivos al cambio institucional y los costes de transacción desde un modelo de racionalidad limitada (Ramis, 2013).

Tabla 10.
Tipología de los bienes.

	Rivalidad baja	Rivalidad alta
Exclusión difícil	Bienes públicos puros Puestas de sol Conocimientos acumulados	Bienes públicos impuros bienes comunes Bibliotecas Sistemas de regadío
Exclusión fácil	Bienes privados impuros, de club o de peaje Televisión por cable Guarderías	Bienes privados puros Ordenadores personales Ropa y alimentación

Fuente: Ramis (2013).

Según el Instituto de Asuntos Económicos (2016), sobre la falla en el mercado y la regulación gubernamental se identifica que existen gran cantidad de recursos y que la gobernanza debe cambiar, se debe buscar la humanización de la economía, la sostenibilidad ambiental a largo plazo, donde debemos llegar a desafíos económicos que busquen la distribución de beneficios de manera más justa y equitativa. Sumado a esto, deben cambiar las estructuras sociales a las cuales les cuesta cambiar para así romper paradigmas. Se parte de la idea de que estas estructuras existen desde hace 4530 miles de millones de años, edad del planeta tierra, con 7.53 miles de millones de habitantes (Sanz, 2010). Al parecer algo está fallando, ¿será la gobernanza o el estilo de vida que llevamos?, y existe alguna alternativa que podemos implementar para ser un planeta económicamente y medio ambientalmente sostenible no es, en definitiva, necesario un modelo económico humanizante y amigable con el medio ambiente con el fin de educar a los habitantes del planeta tierra para consumir productos verdaderamente sostenibles.

Es importante mencionar que se debe promover una gobernanza policéntrica. El policentrismo es un sistema de gobernanza en el que múltiples órganos de gobierno interactúan para crear y ejecutar las reglas dentro de un campo de políticas o una localización específicos, es considerado una de las mejores formas de conseguir la acción colectiva ante las perturbaciones para lograr el cambio. Consiste en apoyar proyectos de transferencia tecnológica donde se conserve el respeto hacia los derechos humanos y de propiedad intelectual y que permita la maximización del manejo de los recursos junto con el desarrollo económico humanizante para lograr el bienestar social deseado (Aguilera, 2018).

Por otra parte, se identifica que el gobierno de los Estados Unidos, a través de la Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID), apoya los esfuerzos de los colombianos para: 1. Promover la prosperidad económica a través de la economía lícita, especialmente en el sector agrícola; 2. Mejorar las condiciones de vida de las poblaciones más vulnerables, incluidos afrocolombianos e indígenas; 3. Promover el respeto por los derechos humanos y la justicia; y 4. Enfrentar las amenazas naturales generadas por el cambio climático y proteger los ecosistemas y la biodiversidad existentes en Colombia (Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional [USAID], 2021).

Tabla 11.
Sistemas recursos y gobernanza.

<p>Sistemas ambientales globales</p>	<p>Según (Herrero, 1994), entre los distintos fenómenos globales ambientales se podrían distinguir aquellos cambios de tipo sistémico (como el cambio atmosférico y la alteración del sistema climático, por aumento de emisiones de gases de efecto invernadero y deforestación) y los cambios de tipo acumulativo que tienen un origen local y se transmiten al sistema global por adiciones sucesivas como la pérdida de diversidad biológica (Dieterich H. et al; 1999).</p>
<p>Sistemas sociales</p>	<p>Se refiere tanto a un conjunto de interdependencias entre partes, componentes y procesos que implican de relación discernibles, como a un tipo similar de interdependencia entre dicho conjunto y el ambiente que lo rodea. (Bunge, M.A. 1975, p. 710).</p>
<p>Sostenibilidad de diversos bienes comunes</p>	<p>De acuerdo con el concepto de bienes comunes en la obra de Elinor Ostrom, la teoría económica a clasificado los bienes de forma binaria en públicos y privados como categoría específica.</p> <p>Por otra parte, según Paul Samuelson <i>The Pure Theory of Public Expenditure</i> (1954), propone una definición de bien público como el que no es viable ni deseable de racionar.</p> <p>Adela Cortina lo define como: “aquel cuyo uso no es competitivo. Quienes lo producen obtienen un beneficio con ello, pero producen a la vez un bien del que disfruta toda la sociedad sin necesidad de entrar con competencia por él”. Esta teoría separó binariamente entre lo público y lo privado y, en consecuencia, el debate político giró en torno a determinar los límites de estas dos esferas contrapuestas.</p> <p>La visión de Samuelson suponía a la existencia de “bienes públicos puros”, que necesariamente debían estar bajo la administración del estado.</p>

<p>Ecosistemas</p>	<p>El vocablo ecosistema fue acuñado por el ecólogo inglés Arturo C. Tansley A. G. (1935), para denominar a aquellos sistemas formados por la suma de elementos vivos y no vivos de la naturaleza.</p> <p>Los elementos vivos (o bióticos) son las plantas, los animales, los hongos, las bacterias y los protistas, mientras que los elementos no vivos (o abióticos) comprenden las rocas, el aire, las sales minerales y el agua. Actualmente se concibe a un ecosistema (Valverde B. et al; 2005)</p>
<p>Sistemas de recursos conjuntos y capital social</p>	<p>De acuerdo con la definición de capital social, realizada por Pierre Bourdieu, 1985, es el conjunto de recursos reales o potenciales a disposición de los integrantes de una red durable de relaciones más o menos institucionalizadas.</p> <p>Instituciones, relacionadas, actitudes y valores que rigen la interacción de las personas y facilitan el desarrollo económico y la democracia. (Arriagada I. y Miranda F., 2003).</p>
<p>Gobernar recursos de manera sostenible</p>	<p>De acuerdo con el libro investigación y desarrollo participativo para la agricultura y el manejo sostenible de recursos naturales, el manejo de recursos naturales o de los recursos de un fondo común se convirtió en una estrategia usual para mejorar el manejo de los recursos y empoderar a las comunidades locales, basados en conceptos como cogestión y uso del conocimiento local (Gonsalves J. et al; 2006)</p>

Fuente: elaboración propia.

Economía conductual

Los principios del análisis económico actual fueron aportados por la teoría económica neoclásica que, en lo que se refiere al individuo, considera que toma decisiones de una forma completamente racional

y buscando maximizar su bienestar. Por otra parte, según (Simón, s.f.), la expresión economía del comportamiento es un tanto extraña. La expresión economía del comportamiento parece ser un pleonasma. La respuesta a esta pregunta se encuentra en los supuestos específicos sobre el comportamiento humano que adopta la teoría económica neoclásica.

Los agentes tienen preferencias bien definidas y expectativas y creencias no sesgadas. Decisiones óptimas con base en esas creencias y preferencias. La economía del comportamiento simplemente reemplaza los *Econos por Homo sapiens*, también conocidos como humanos. Sumado a esto, se documentan en forma convincente que Adam Smith, a quien se suele considerar el fundador de la economía como disciplina, que era un economista del comportamiento de la buena fe (Thaler, 2018).

Los límites morales del mercado

Según Sandel (2012), hemos pasado de tener una economía de mercado a ser una sociedad de mercado. El autor nunca en su libro consideró la idea de que tal vez deberíamos dejar que las personas decidan tales cuestiones por su propia cuenta sin tener que dejar que nosotros la tomemos por estas. Para él, no decidir colectivamente acerca de las distintas concepciones de la buena vida no deja estas cuestiones sin decidir. El escritor confunde los precios con los mercados y luego sugiere que la cuestión de si algo debería ser intercambiado en los mercados será decidido por los mercados, lo que constituye un singular caso de confusión.

Sandel por lo menos reconoce que una alternativa común a los precios es esperar en una cola y que conforme a los mercados se asignan los recursos basándose en la habilidad y voluntad de pagar, las colas asignan los recursos basándose en la habilidad y voluntad de esperar, este piensa que ha dado un golpe fatal al argumento económico a favor de los mercados, pero, lo que no comprende es que el mecanismo de precio provee un sistema descentralizado de señales e incentivos que nos ayudan a coordinar de mejor forma nuestro comportamiento. Sin embargo, no ve las ventajas de coordinación en la asignación de precios y se queja de la tendencia de los mercados de desplazar las colas y otros modos ajenos al mercado de asignar los productos.

El autor tiene razón de que el uso de precios puede tener sus desventajas, lo que es la principal contribución de la teoría de la empresa de (Coase, 1937). Si se utilizan precios o colas es algo que realmente no le incumbe a Sandel. Igualmente explica que algunas cosas no se pueden comprar, por ejemplo, la amistad. Aun así, no parece haber pensado mucho en estas cosas, al igual que el autor, me dedico a hablar y escribir, pero, como diferencia entiendo que no todos los demás lo hacen. Entre los muchos ítems que Sandel considera que son degradados cuando son intercambiados por dinero están los riñones humanos. Por supuesto, permitir que la gente ofrezca dinero por unos riñones voluntariamente donados podría salvar vidas o facilitar la brecha entre la oferta y la demanda, como lo describe de manera delicada manchando los bienes intercambiados.

Sandel está rodeado de intercambios de mercado que mejoran su vida, sin embargo, todo lo que él puede ver es corrupción, corrosión y degradación, nunca reconoce esa tradición intelectual. Como Milton Friedman a quien Sandel descarta sin describir sus argumentos una vez señaló, nadie que compra pan sabe si el trigo del que está hecho fue cultivado por un comunista o por un republicano, por un constitucionalista o por un fascista, o siquiera, si lo cultivó un negro o un blanco, los precios, contrario a lo que dice el autor, corrompen muchas normas ajenas al mercado sin las cuales estamos mejor. De alguna forma, esas virtudes no figuran en las reflexiones de Sandel acerca de los límites morales de los mercados (Palmer, 2012, párr. 19).

Manifiesto por un nuevo paradigma económico

Según la Red Sostenible y Creativa (2013), es grave e inquietante la situación en la que se encuentra la economía mundial que hace necesaria la creación de un nuevo paradigma económico que posibilite la supervivencia del ser humano sobre el planeta de una forma armónica y sostenible en el presente y durante los siglos venideros. La concepción neoliberal de la economía actual no ofrece ninguna perspectiva de futuro para el ser humano acerca del planeta ante tal desorientación y falta de visión, la humanidad necesita un nuevo paradigma económico, una nueva manera de entender la economía. esto requiere otras bases económicas, financieras, políticas, éticas y filosóficas. Este manifiesto

por un nuevo paradigma económico se puede consultar a través de internet en la página de la Red Sostenible y Creativa.

Componente gestión corporativa

Gerencia humana y sustentable

Según, Indriago (2010), en la primera década del siglo XXI cambió el mundo, o al menos parte de él, en particular, los negocios y la gerencia.

De acuerdo con el interés en la sustentabilidad, desde la perspectiva empresarial, muchas veces se simplifica pintando de verde iniciativas, proyectos o campañas de relaciones públicas. Los responsables de tal criterio cromático casi siempre son los creativos publicitarios o líderes de empresas que simplifican el concepto. ¿Qué necesita conocer un gerente para estar alineado con principios de desarrollo sustentable? Arnoldo José Gabaldón, autor de *Desarrollo Sustentable, la Salida de América Latina*, ofrece esta respuesta para debates Instituto de Estudios Superiores de Administración (IESA), poca gente se está percatando de que la sociedad mundial se encuentra en una transición de paradigmas. Del economicista-tecnológico que ha prevalecido a partir de la revolución industrial al nuevo paradigma humanista-ecológico que va imponiéndose progresivamente este nuevo modelo está teniendo sus manifestaciones en diversas esferas.

En el área empresarial y especialmente en los países más desarrollados se está operando un cambio importante en la cultura gerencial, caracterizado por la fijación de objetivos estratégicos más allá de los puramente mercantiles para incluir los de carácter social y ecológico en posiciones relevantes.

Esta metatendencia se inscribe en la necesidad de alcanzar la sustentabilidad en su más amplio sentido. En la medida en que se va creando conciencia sobre la inescapable necesidad de que el progreso humano sea permanente y más equitativo en beneficio de la presente y de las futuras generaciones se van imponiendo nuevos marcos legales, estilos de vida y patrones de producción, la gerencia para la sustentabilidad es aquella

que sabe armonizar los intereses de los accionistas de las empresas con la de los trabajadores, proveedores y las comunidades relacionadas con el ente productivo, entre otros intereses. Se trata de la construcción de una ética empresarial diferente que se inscribe en el movimiento amplio denominado de responsabilidad social empresarial (RSE). El gerente para la sustentabilidad será uno de los protagonistas de la transición entre los dos paradigmas (Indriago, 2010).

Regulación gubernamental

Según Guinard (2017), en el estado social de derecho la justicia distributiva, tanto de juristas como de economistas, se logra a través de los diferentes instrumentos de dirección económica pública, que al ser utilizados dentro del marco normativo que les rige constitucional, legal y de manera reglamentaria, posibilitan que el Estado materialice sus fines de bienestar social a través de la implementación y cumplimiento de las políticas públicas que son necesarias para el avance de la sociedad y que deben ser diseñadas de acuerdo al contexto.

CAPÍTULO 2

METODOLOGÍA PROPUESTA PARA IMPLEMENTAR EL MODELO HÍBRIDO DE LA HUMANIZACIÓN DE LA ECONOMÍA EMPRESARIAL Y RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

El capítulo define los procedimientos que se siguieron para realizar el estudio en las Pymes del sector de las confecciones. Se hizo la consulta de autores, teorías y revisión de la literatura, junto con la identificación de componentes y variables para la elaboración del modelo híbrido de la humanización de la economía empresarial y la responsabilidad social corporativa aplicado en el sector de las confecciones en las Pymes de Bogotá D.C. Se construyeron instrumentos para identificar si los empresarios del sector de las confecciones conocen y aplican la humanización de la economía empresarial y la responsabilidad social corporativa. Se realizó la aplicación de una encuesta dirigida a las Pymes del sector de las confecciones y aplicada en las localidades de Puente Aranda y Barrios Unidos.

Enfoque de investigación mixto

Con el fin de realizar este estudio se aplicó el enfoque investigativo mixto que se define como:

Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada

“metainferencias” y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio. (Hernández, Fernández y Baptista, 2008, p. 593).

Para elaborar la propuesta y concebir el diseño mixto, el investigador necesitó tomar en cuenta los tiempos de los métodos de estudio, particularmente en lo referente al muestreo, recolección y análisis de datos, así como la interpretación de los resultados. En este sentido, los métodos se pueden ejecutar de manera secuencial o concurrente. Para esta investigación se aplicó el método concurrente.

Para realizar la ejecución concurrente se aplicaron los métodos de manera simultánea (los datos cuantitativos y cualitativos se recolectaron y analizaron más o menos en el mismo tiempo). Desde luego, el análisis de los datos cualitativos requirió de mayor tiempo para su obtención y análisis.

Los diseños concurrentes implicaron cuatro condiciones (Onwuegbuzie y Johnson, 2008), se recabaron en paralelo y de forma separada los datos cuantitativos y cualitativos, ni el análisis de los datos cuantitativos ni el análisis de los datos cualitativos se construyeron sobre la base del otro, los resultados de ambos tipos de análisis no son consolidados en la fase de interpretación de los de cada método, sino hasta que ambos conjuntos de cifras fueron recolectados y analizados de manera separada para llevar a cabo su consolidación, después de la recolección e interpretación de los datos de los componentes CUAN y CUAL, se efectuaron varias “metainferencias” que integrarían las inferencias y conclusiones de los datos y resultados cuantitativos y cualitativos realizados de manera independiente.

Chen (2006) plantea integración sistemática de los métodos cuantitativo y cualitativo en un solo estudio con el fin de obtener una “fotografía” más completa del fenómeno y señala que estos pueden ser conjuntados de tal manera que las aproximaciones cuantitativa y cualitativa conserven sus estructuras y procedimientos originales “forma pura de los métodos mixtos”; o bien, que dichos métodos pueden ser adaptados, alterados o sintetizados para efectuar la investigación y lidiar con los costos del estudio “forma modificada de los métodos mixtos”, en resumen, los métodos mixtos utilizan evidencia de datos numéricos,

verbales, textuales, visuales, simbólicos y de otras clases para entender problemas en las ciencias (Creswell, 2013 y Lieber y Weisner, 2010).

Johnson (2006) en un “sentido amplio” visualiza la investigación mixta como un continuo en donde se mezclan los enfoques cuantitativo y cualitativo centrándose más en uno de ellos o dándoles el mismo “peso”. Cabe señalar que cuando se hable del método cuantitativo se abreviará como CUAN y cuando se trate del método cualitativo como CUAL. Así mismo, las mayúsculas-minúsculas indican prioridad o énfasis” (Hernández, Fernández y Batista, 2014).

La relevancia de identificar esta clasificación permite reconocer que el método mixto es el más adecuado para realizar esta investigación. El método cualitativo se construye a través de la argumentación de la teoría fundamentada con la revisión de la literatura para identificar las variables que harían parte del modelo.

Ahora bien, esta investigación se enfoca en un método cualitativo mixto, es decir (CUAL-CUAN) con preponderancia cualitativa y mide cómo las Pymes del sector de las confecciones ubicadas en Bogotá D.C., aplican en la práctica de su actividad económica los siguientes aspectos: ética, valores y principios de los negocios, derechos humanos, trabajo y empleo, gobernabilidad corporativa, impactos sobre el medio ambiente, relaciones con proveedores, filantropía e inversión social, transparencia y rendición de cuentas, ingeniería industrial, responsabilidad social, desarrollo sostenible, medio ambiente, producción limpia, consumo energético, energías renovables, economía ambiental, sociedad de consumo, principio de libertad sindical, con el fin de llegar a crear un modelo híbrido entre la humanización de la economía empresarial y la responsabilidad social corporativa.

En el desarrollo de esta investigación se realizó un tipo de diseño de investigación que va de lo cualitativo a lo cuantitativo, toda vez que, la revisión de la literatura permitió identificar los componentes que harían parte del modelo híbrido de humanización de la economía empresarial y responsabilidad social corporativa para ser aplicados en el sector de las confecciones en Bogotá D.C., en las localidades de Puente Aranda y Barrios Unidos. Con esto, se logró teorizar el concepto de humanización de la economía empresarial.

Población

Para este estudio se identificó un conjunto de elementos que se deseaban investigar: acontecimientos, situaciones, grupo de persona y Pymes, para lo cual, se recurrió a la encuesta nacional manufacturera que se realiza en Colombia. El universo poblacional fue determinado en 837 empresas del sector de las confecciones. De acuerdo con lo anterior, se contextualiza la composición de las Pymes en Colombia, que es la siguiente:

Tabla 12.
Clasificación de las empresas en Colombia.

Tamaño	Manufactura	Servicios	Comercio
Micro	hasta 811	hasta 1.131	hasta 1.535
Pequeña	desde 811 hasta 7.027	desde 1.131 hasta 4.523	desde 1.535 hasta 14.781
Mediana	desde 7.027 hasta 59.527	desde 4.523 hasta 16.558	desde 14.781 hasta 74.066
Grande	desde 59.527	desde 16.558	desde 74.066

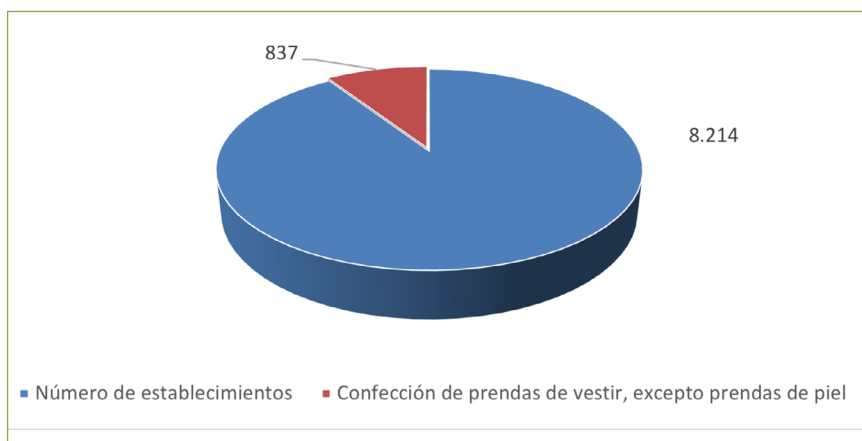
Fuente: Bancoldex (s.f.).

Posteriormente se consultó el Departamento Nacional de Estadística (DANE), específicamente los resultados definitivos de la Encuesta Anual Manufacturera de 2017, donde se menciona lo siguiente: de los 8214 establecimientos industriales correspondientes a la encuesta anual

manufacturera (EAM, 2.017) (Figura 20) se obtuvo la siguiente población que ocuparon un total de 717.651 personas, de las cuales, 587.343 fueron contratadas directamente por las industrias 425.349 permanentes y 161.994 temporales directos, 105.731 a través de agencias especializadas en servicios de suministro de personal; 22.084 aprendices y 2.493 propietarios, socios y familiares.

Por otra parte, estos establecimientos registraron una producción bruta de \$ 243 billones, un consumo intermedio de \$ 155,3 billones y un valor agregado de \$ 87,6 billones.

Figura 19.
Encuesta anual manufacturera (EAM) 2017.



Fuente: Departamento Administrativo Nacional de Estadística-DIAN (2017).

De acuerdo con lo anterior, en la encuesta nacional manufacturera se determinó que existen en Bogotá 837 establecimientos que se dedican a la confección de prendas de vestir, excepto prendas de piel e identificadas con el código de clasificación industrial CIU 3 que corresponde al número de clasificación industrial 1810 (Superintendencia Financiera de Colombia, 2012), y al código de clasificación industrial internacional uniforme (CIU) corresponde al número de clasificación 1410 (Gerencie, 2017).

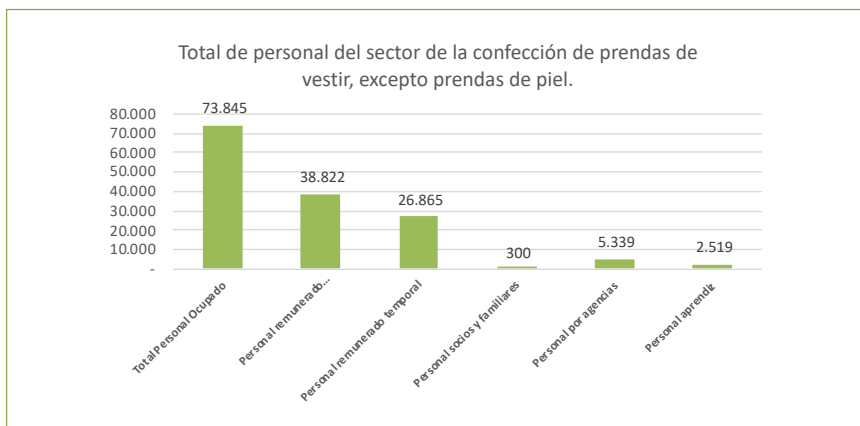
Tabla 13.
Encuesta anual manufacturera (EAM, 2017).

Número de establecimientos	8.214
Confección de prendas de vestir, excepto prendas de piel	837
Total Personal Ocupado	73.845
Personal remunerado permanentemente	38.822
Personal remunerado temporal	26.865
Personal socios y familiares	300
Personal por agencias	5.339
Personal aprendiz	2.519
Sueldos y salarios	920.308.140
Prestaciones sociales	481.483.248
Producción bruta	7.779.631.475
Consumo intermedio	4.084.715.568
Valor agregado	3.694.915.907
Total de activos	2.668.763.119
Excedente Bruto de Explotación sin impuestos y subvenciones (i)	2.312.034.740
Energía eléctrica consumida (kwh)	148.138.241

Nota: se identificaron 8.214 establecimientos industriales, donde 837 corresponden al sector de la confección de prendas de vestir, excepto prendas de piel.

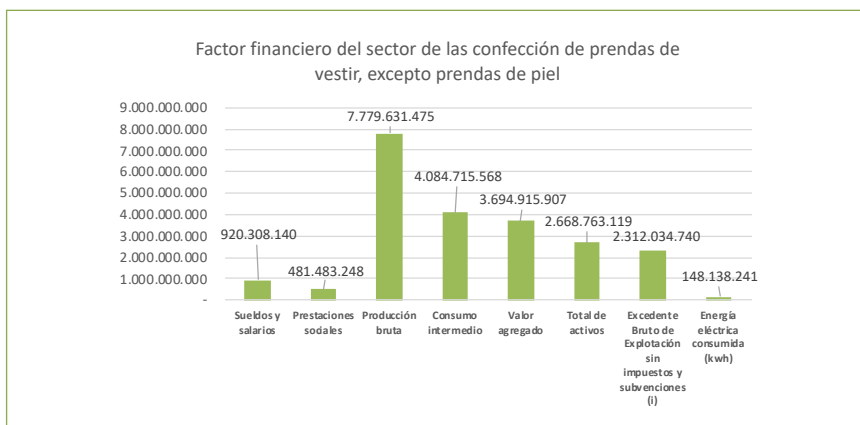
Fuente: elaboración propia.

Figura 20.
Total de personal del sector de la confección de prendas de vestir, excepto prendas de piel.



Fuente: Departamento Administrativo Nacional de Estadística – DANE (2017).

Figura 21.
Factor financiero del sector de la confección de prendas de vestir, excepto prendas de piel.



Fuente: Departamento Administrativo Nacional de Estadística–DANE (2017).

Referentes para determinar la muestra

Los tipos de muestreo aplicados, de acuerdo con la investigación realizada, fueron obtenidos por medio de una muestra probabilística, con este método es posible determinar la posibilidad que tiene cada elemento de la población de ser escogido en la muestra. Cuando las muestras son aleatorias se pueden hacer afirmaciones y se clasifica como Muestreo Aleatorio Simple (MAS).

El Muestreo Aleatorio Simple (MAS) es un método de selección de N unidades, sacadas de una población homogénea de tamaño N, de tal manera que cada una de las muestras tengan la misma oportunidad de ser escogidas. En el MAS la muestra es sacada al azar unidad por unidad, la muestra puede ser seleccionada utilizando muestreo con reemplazo o sin este.

De acuerdo con lo anterior, para aplicar el enfoque cuantitativo se identificó una muestra probabilística aleatoria simple, para lograr esto se tuvo como base 580 Pymes del sector de las confecciones donde se identificó una muestra de 32 encuestas de acuerdo con el artículo estrategias e innovación del clúster textil–moda: un análisis de caso en Bogotá.

Según Monroy (2012) las empresas que se dedican a la confección de prendas de vestir, excepto prendas de piel en Bogotá D.C., específicamente empresas Pymes del sector de las confecciones ubicadas en las localidades de Puente Aranda y Barrios Unidos; empresas que debían cumplir con la siguiente condición: tener renovada la cámara y comercio en el momento de aplicación de la encuesta.

Por otra parte, según Monroy (2012) en su artículo *Estrategias e innovación del clúster textil–moda: un análisis de caso en Bogotá* que fue resultado del proyecto de investigación desarrollado en la práctica de investigación bajo la tutoría del docente e investigador Ignacio Gómez, en el periodo 2012, se identificó que de las 580 empresas que se tomaron como muestra, podemos observar que el 49 % corresponde a microempresas, el 38 % a pequeñas empresas y el 13 % a medianas empresas. La concentración de estas Pymes del sector de las confecciones en Bogotá D.C., se distribuyeron en las siguientes localidades:

En la localidad de Barrios Unidos, la cual tiene una concentración del 14 %, Chapinero 6,9 %, Engativá 14 %, Fontibón 7,4 %, Kennedy 9 %, Kennedy 9 %, Kennedy 9 %.

los Mártires 5,8 %, Puente Aranda 17 %, Suba 7,4 %, Teusaquillo 5,8 %, Tunjuelito 2,9 % y Usaquén con una concentración de 9,13 % de las micro, pequeñas y medianas empresas (Monroy, 2012).

De acuerdo con lo anterior, se identificó que la localidad de Puente Aranda con un 17 % y la localidad de Barrios Unidos con un 14 % son las localidades en donde más se concentran estas micro, pequeñas y medianas empresas para un total de empresas ubicadas en este sector del 31 %, lo cual, corresponde a 27 empresas que son las que se encuentran ubicadas en las localidades de Puente Aranda y Barrios Unidos, esto influye debido a la delimitación de esta población y a la determinación de la muestra con el fin de tener mayor efectividad en el momento de obtener los datos.

Tabla 14.

Empresas por localidad artículo estrategias e innovación del clúster textil–moda: un análisis de caso en Bogotá D.C.

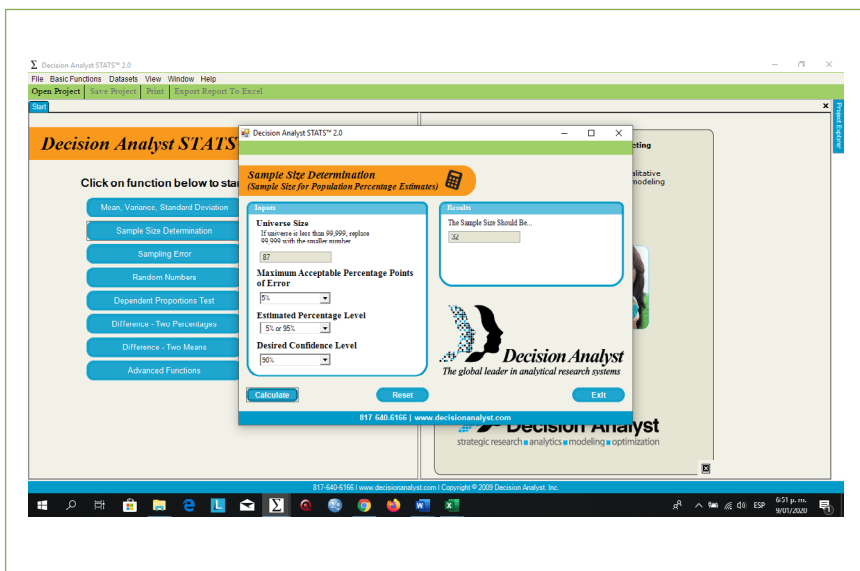
Localidad	Mediana	Microem- presas	Pequeña	%
Barrios Unidos		44	5	14%
Chapinero		25		7%
Engativá	2	42	8	15%
Fontibón	4	14	5	7%
Kennedy		28	8	11%
Los Mártires		17	2	6%
Puente Aranda	4	30	4	11%
Suba		32	1	10%
Teusaquillo		14	2	5%
Tunjuelito		9		3%
Usaquén		30	8	11%
	10	285	43	100%

Fuente: Monroy (2012).

Determinación de la muestra

Con el fin de calcular el tamaño de la muestra se adquirió una base de datos de empresarios Pymes del sector de las confecciones suministrado por la Cámara de Comercio de Bogotá, Colombia y también, se tuvo como referencia el artículo publicado por Monroy (2012), denominado *Estrategias e innovación del clúster textil–moda: un análisis de caso en Bogotá D.C.*, el cual, arroja como resultado 338 Pymes y en el que a estas dos localidades Puente Aranda y Barrios Unidos, le corresponden 87 Pymes, posteriormente se aplicó la herramienta Analyst Stats. Lo anterior, para identificar el número de encuestas a aplicar.

Figura 22.
Muestra decisión analyst stats.



Fuente: elaboración propia.

De acuerdo con el anterior cálculo se deben aplicar 32 encuestas a empleados de nivel estratégico y directivo de las Pymes del sector de las confecciones ubicadas en Bogotá D.C.

Técnicas de recolección de datos

La recolección de datos se realizó así: una encuesta analítica que indaga y analiza las relaciones que se producen entre las diversas variables que integran las hipótesis por comprobar y cuya función es de carácter explicativo. El objeto de este tipo de encuesta es encontrar las causas que determinan o condicionan la aparición de ciertos hechos o el desarrollo de procesos sociales específicos (Zapata, 2005).

Asimismo, la encuesta sirvió para la recolección de los datos, es un instrumento indispensable que permite conocer el comportamiento de grupos de interés social, y de acuerdo con los resultados obtenidos posibilitó la toma de decisiones basados en los resultados obtenidos, es por esto, que es de tipo exploratorio-descriptivo, lo cual, permitió un acercamiento al fenómeno estudiado y permitió identificar las características y describirlas. Igualmente, se pudieron identificar las dimensiones del problema de las empresas del sector de las confecciones ubicadas en Bogotá D.C. Por otra parte, se reconocieron las categorías para ser analizadas y comprender así el objeto de estudio.

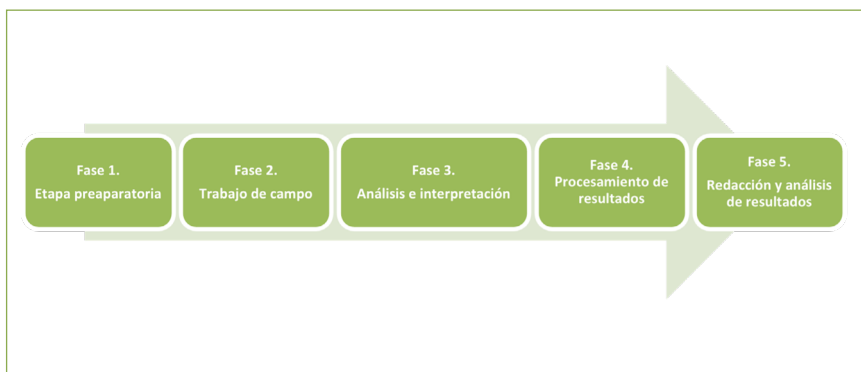
De acuerdo con la encuesta aplicada se evaluaron algunos factores que al tabularlos arrojaron datos cuantitativos (ver anexo 1). Se identificaron algunos aspectos que permitieron evidenciar la percepción de la humanización de la economía empresarial y la responsabilidad social corporativa de los empresarios y directivos de las Pymes del sector de las confecciones.

Con respecto a la aplicación del método cualitativo se realizó la revisión de la literatura, consultada de autores y teorías sobre la humanización de la economía empresarial y la responsabilidad social corporativa.

Fases del proyecto

Con el fin de realizar esta investigación se procedió a desarrollar siguientes fases del proyecto:

Figura 23.
Fase de la investigación.



Fuente: elaboración propia.

Primera fase: en la etapa preparatoria se realizaron las siguientes actividades: se inició con la revisión de la literatura y la reconstrucción de los antecedentes investigativos. Se profundizó en la exploración de la literatura relacionada con las disciplinas mencionadas, determinación de la población, la muestra, señalamiento de los procedimientos metodológicos con el fin de realizar la recopilación de datos, diseño y validación de los instrumentos de recolección de información: encuesta; posteriormente se realizó una prueba piloto aplicada a una pequeña porción de la muestra, según Malhotra (2004) la muestra aplicada permitió corregir posibles problemas de elaboración del cuestionario; al finalizar este proceso se validó el instrumento y se procedió a aplicarlo a la totalidad de la muestra identificada.

Segunda fase: durante el trabajo de campo se realizaron las siguientes actividades: recolección de la información a través de los procedimientos señalados, se aplicaron las encuestas, y con el fin de obtener datos focalizados, la información recopilada permitió afinar y formalizar los instrumentos de análisis de datos e identificación de resultados.

Tercera fase: en la etapa interpretativa se realizaron las siguientes actividades: proceso de análisis, interpretación y discusión del corpus

que permitieron explicitar de manera sistemática los resultados de la investigación.

Cuarta fase: se realizó el análisis e interpretación de los datos, se procedió a procesarlos, de acuerdo con lo obtenido en las encuestas aplicadas a las Pymes del sector de las confecciones en Bogotá D.C., en las localidades de Puente Aranda y Barrios Unidos.

Quinta fase: de acuerdo con los resultados se realizó la redacción y análisis de los datos obtenidos.

Elaboración del instrumento de recolección de datos

Se tomó como referencia el modelo para la construcción de los instrumentos de recolección de datos (ver anexo 1) y el documento guía de aprendizaje sobre la implementación de responsabilidad social empresarial en pequeñas y medianas empresas: *clúster* de proyectos para promover la competitividad a través de la responsabilidad social empresarial, el cual, fue publicado en mayo de 2009, por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), teniendo en cuenta que el Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN), lanzó el plan de acción para el *clúster* de proyectos y promover la competitividad a través de la responsabilidad social corporativa. Su objetivo es ayudar a las empresas latinoamericanas, especialmente las Pymes para mejorar la competitividad a través de la adopción de prácticas que contribuyan a la sostenibilidad económica, social y ambiental.

Mediante esta guía de aprendizaje sobre Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en las Pymes, el Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN) pretende contribuir a la sistematización y difusión del conocimiento acumulado hasta la fecha por los proyectos del *clúster* de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) para su uso por parte de profesionales y empresas interesados en implementar prácticas de RSE. Para su elaboración se ha recolectado y sistematizado el conocimiento contenido en los materiales utilizados para la implementación de prácticas en responsabilidad social empresarial (RSE) en las Pymes que han sido desarrollados en el marco de los proyectos Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN) de acuerdo con lo publicado en el Inter American Development Bank (2009).

Por otra parte, de acuerdo con la revisión de la literatura realizada se seleccionaron los autores y teorías más relevantes que se encuentran relacionadas con los temas sobre la humanización de la economía empresarial y la RSE aplicada a las Pymes del sector de las confecciones, y se elaboró la encuesta dirigida a gerentes y directivos del sector de las confecciones ubicados en las localidades de Puente Aranda y Barrios Unidos de Bogotá D.C.

CAPÍTULO 3

RESULTADOS

ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS AL SECTOR DE LAS CONFECCIONES UBICADAS EN BOGOTÁ D.C., EN LAS LOCALIDADES DE PUENTE ARANDA Y BARRIOS UNIDOS

A continuación, se presenta el análisis de los resultados obtenidos de las 32 encuestas aplicadas. Estas se encuentran conformadas por 42 preguntas dirigidas a las Pymes del sector de las confecciones y ubicadas en la localidad de Puente Aranda de las cuales el 11 % corresponden a 4 empresas medianas, 30 microempresas y 4 pequeñas empresas; Barrios Unidos representa el 14 % y se encuentra conformada por 0 empresas medianas, 44 microempresas y 5 pequeñas empresas.

Tabla 15.

Pregunta 1. ¿De acuerdo con el tamaño de las Pymes y según su clasificación usted se desempeña en una empresa?

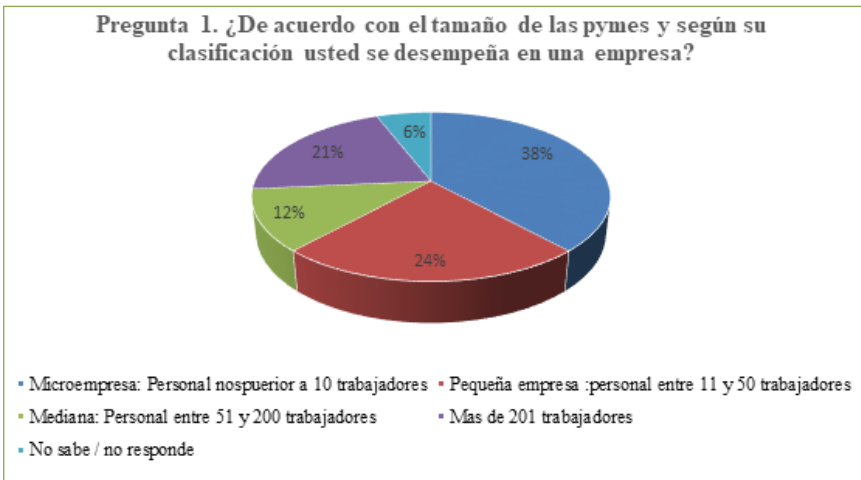
¿De acuerdo con el tamaño de las PYMES y según su clasificación usted se desempeña en una empresa?	Absoluta	Frecuencia relativa
Microempresa: Personal no superior a 10 trabajadores	13	38%
Pequeña empresa: personal entre 11 y 50 trabajadores	8	24%

¿De acuerdo con el tamaño de las PYMES y según su clasificación usted se desempeña en una empresa?	Absoluta	Frecuencia relativa
Mediana: Personal entre 51 y 200 trabajadores	4	12%
Más de 201 trabajadores	7	21%
No sabe / no responde	2	6%
Total	34	100%

Fuente: elaboración propia.

Figura 24.

Pregunta 1 ¿De acuerdo con el tamaño de las Pymes y según su clasificación usted se desempeña en una empresa?



Fuente: elaboración propia.

De acuerdo con los resultados obtenidos en la encuesta, se observa que el 38 % de los encuestados trabajan en microempresas, el 24 % en una pequeña empresa, 12 % en una mediana y el 21 % en una empresa

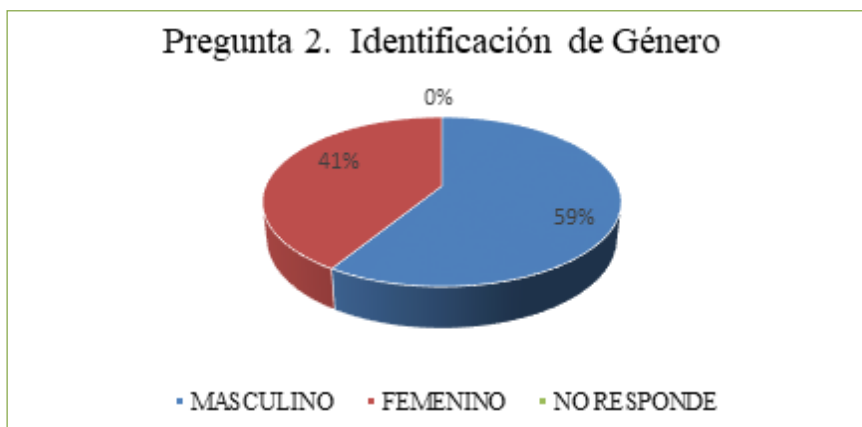
conformada por más de 201 trabajadores, los anteriores datos demuestran que son las microempresas con un personal no superior a 10 trabajadores las que más existen en este sector de las confecciones.

Tabla 16.
Pregunta 2. Género.

Género	Absoluta	Frecuencia relativa
Masculino	20	59%
Femenino	14	41%
No responde	0	0%
Total	34	100%

Fuente: elaboración propia.

Figura 25.
Pregunta 2. Identificación de género.



Fuente: elaboración propia.

De acuerdo con lo anterior, los encuestados son el 59 % hombres, y el 41 % mujeres del total de la muestra, los anteriores datos demuestran una mayor representatividad de hombres ocupados en el sector de las confecciones, por lo tanto, se requiere promover más la igualdad de género en temas de contratación laboral.

Tabla 17.

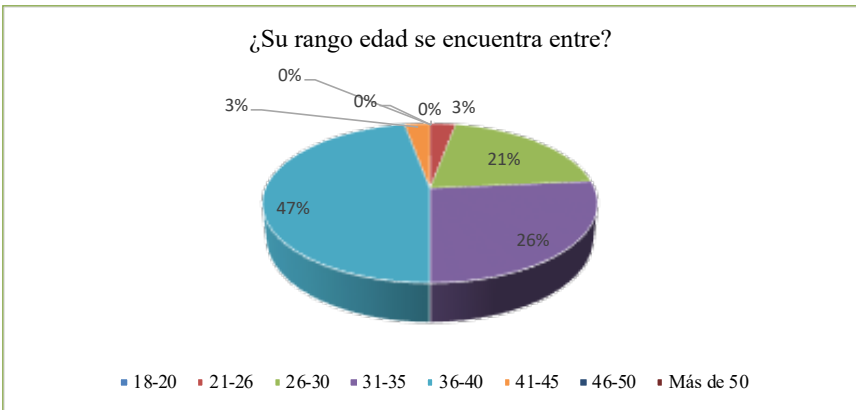
Pregunta 3. ¿Su rango de edad se encuentra entre?

¿Su rango edad se encuentra entre?	Absoluta	Frecuencia relativa
18-20	0	0%
21-26	1	3%
26-30	7	21%
31-35	9	26%
36-40	16	47%
41-45	1	3%
46-50	0	0%
Más de 50	0	0%
Total	34	100%

Fuente: elaboración propia.

Figura 26.

Pregunta 3. ¿Su rango de edad se encuentra entre?



Fuente: elaboración propia.

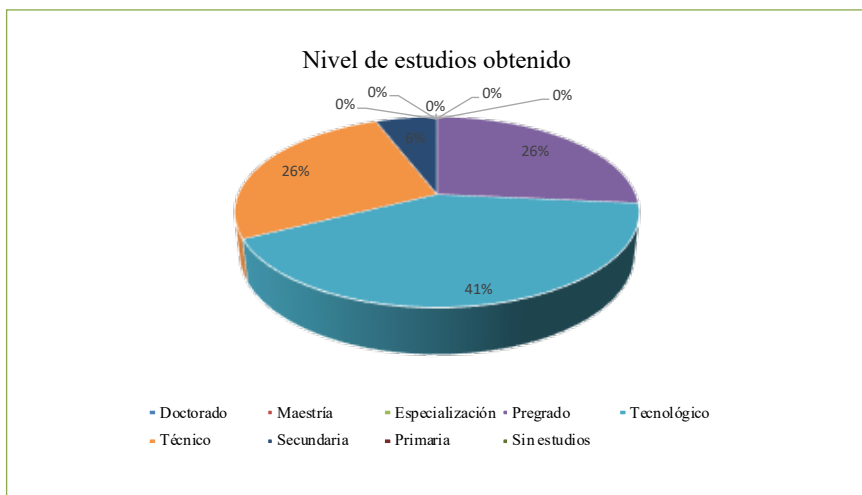
Según los resultados obtenidos, en el 47 % de los encuestados se identificó un rango de edad clasificado entre 36 a 40 años, el 26 % y tienen una edad entre 31 a 35 años, y el 21 % se encuentran entre los 26 a 30 años.

Tabla 18.
Pregunta 4. ¿El nivel de estudios obtenido por usted es?

Nivel de estudios obtenido	Absoluta	Frecuencia relativa
Doctorado	0	0%
Maestría	0	0%
Especialización	0	0%
Pregrado	9	26%
Tecnológico	14	41%
Técnico	9	26%
Secundaria	2	6%
Primaria	0	0%
Sin estudios	0	0%
Total	34	100%

Fuente: elaboración propia.

Figura 27.
Pregunta 4. ¿El nivel de estudios obtenido por usted es?



Fuente: elaboración propia.

Con respecto a los niveles de estudios alcanzados por los encuestados en el sector de las confecciones y ubicados en cargos directivos se encuentran clasificados con los siguientes niveles de estudio: 46 % tecnólogos, 26 % técnicos, 26 % profesionales y el 6 % solo han realizado estudios a nivel secundaria, según esta información los niveles de educación posgradual en “Doctorado, Maestría y Especialización” son nulos, es decir, 0 %, estos datos demuestran que en el sector de las confecciones se deben contratar más profesionales formados a un nivel posgradual con el fin de ser más productivos y competitivos en el mercado tanto nacional como internacional.

Tabla 19.
Pregunta 5. ¿Qué nivel ocupa en su empresa?

¿Qué nivel ocupa en la empresa?	Absoluta	Frecuencia relativa
Directivo	8	24%
Estratégico	11	32%
Operativo	15	44%

Fuente: elaboración propia.

Figura 28.
Pregunta 5. ¿Qué nivel ocupa en su empresa?



Fuente: elaboración propia.

Según los resultados de la encuesta en niveles directivos se identificó que el 32 % se encuentran ubicados en el nivel estratégico, 24 % a nivel directivo, 44 % son operarios.

Tabla 20.
Pregunta 6 ¿Conoce el concepto de humanización de la economía empresarial?

¿Conoce el concepto de humanización de la economía empresarial?	Absoluta	Frecuencia relativa
SI	12	35%
NO	20	59%
Prefiero no responder	2	6%
Total	34	100%

Fuente: elaboración propia.

Figura 29.
Pregunta 6 ¿Conoce el concepto de humanización de la economía empresarial?



Fuente: elaboración propia.

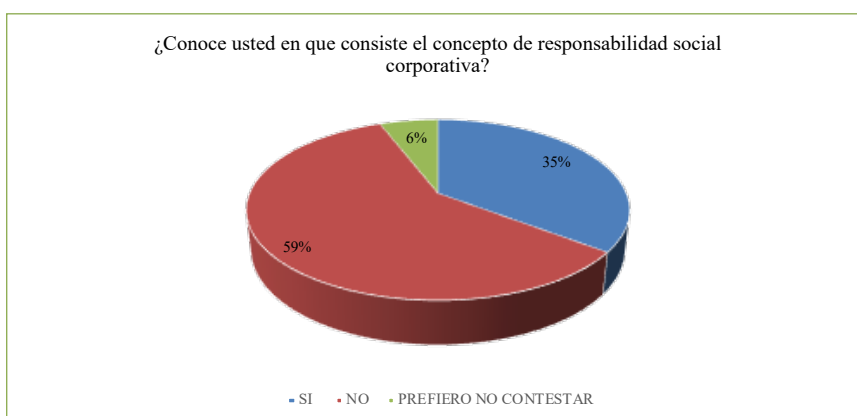
Con respecto al concepto humanización de la economía empresarial, se encontró que los encuestados respondieron en un 59 % no conoce este concepto, el 12 % sí lo conoce, y el 6 % prefiere no contestar, los datos obtenidos demuestran que existe un desconocimiento de esta definición, lo anterior demuestra que este concepto es poco conocido y no se aplica a las Pymes del sector de las confecciones.

Tabla 21.
Pregunta 7 ¿Conoce usted en qué consiste el concepto de responsabilidad social corporativa?

¿Conoce usted en que consiste el concepto de responsabilidad social corporativa?	Absoluta	Frecuencia relativa
Sí	12	35%
No	20	59%
Prefiero no contestar	2	6%
Total	34	100%

Fuente: elaboración propia.

Figura 30.
Pregunta 7. ¿Conoce usted el concepto de responsabilidad social corporativa?



Fuente: elaboración propia.

Los encuestados manifestaron lo siguiente: el 59 % no lo conoce y el 35 % sí, los anteriores resultados demuestran que la concepción de los términos de humanización de la economía empresarial y la responsabilidad social corporativa se encuentran por debajo de la media y que las Pymes conocen más el concepto de responsabilidad social corporativa y menos el concepto de humanización de la economía empresarial. Según estos datos el concepto es menos estudiado y conocido, lo que justifica realizar esta publicación y el diseño del modelo híbrido de humanización de la economía empresarial y responsabilidad social corporativa, con el fin de que las Pymes se apropien de él y realicen una autoevaluación aplicando el modelo híbrido de humanización de la economía empresarial y responsabilidad social corporativa elaborado en esta publicación.

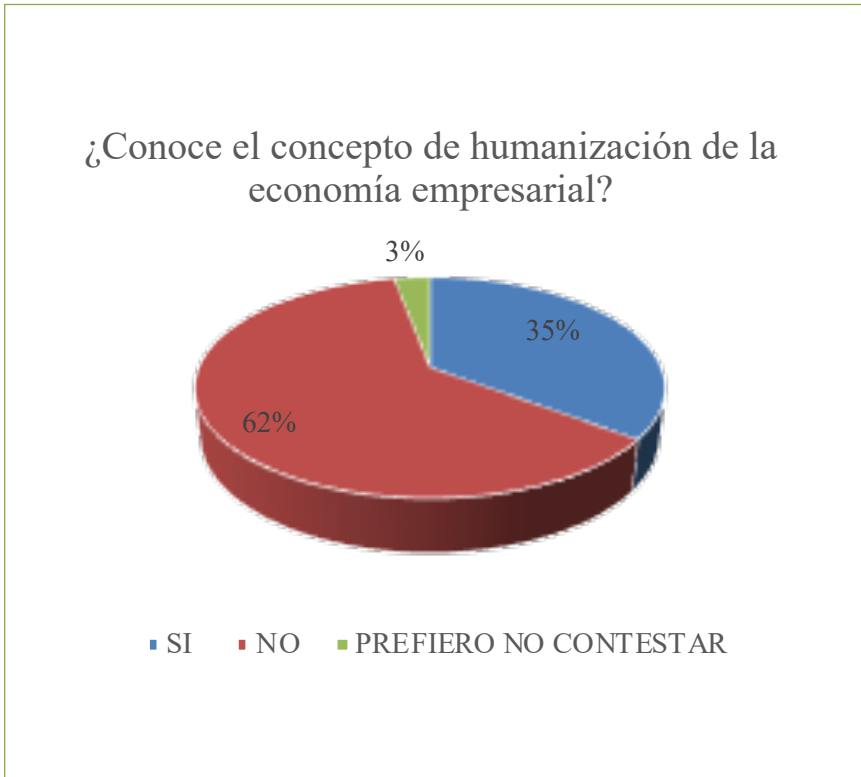
Tabla 22.
Pregunta 8 ¿Conoce usted que existe un pacto mundial de las Naciones Unidas para el desarrollo global?

¿Conoce usted que existe un pacto mundial de las naciones unidas para el desarrollo global?	Absoluta	Frecuencia relativa
Si	12	35%
No	21	62%
Prefiero no contestar	1	3%
Total	34	100%

Fuente: elaboración propia.

Figura 31.

Pregunta 8. ¿Conoce usted qué existe un pacto mundial de las Naciones Unidas para el desarrollo global?



Fuente: elaboración propia.

Con respecto al concepto de humanización de la economía empresarial, el 62 % afirmó no conocerlo y el 35 % sí lo conoce.

Por lo tanto, los datos demuestran que existe desconocimiento de la mayoría de los consultados sobre este concepto y su aplicación, en este sentido es pertinente proponer y adoptar el modelo híbrido de humanización de la economía empresarial y responsabilidad social corporativa aquí propuesto.

Tabla 23.

Pregunta 9. ¿Sabía usted que el pacto mundial de Naciones Unidas mide desde lo económico, el desempeño relacionado con informes estándares y monitoreo derechos humanos?

¿Sabía usted que el pacto mundial de naciones unidas mide desde lo económico, el desempeño relacionado con informes estándares y monitoreo derechos humanos?	Absoluta	Frecuencia relativa
Si	23	68%
No	10	29%
Prefiero no contestar	1	3%
Total	34	100%

Fuente: elaboración propia.

Figura 32.

Pregunta 9. ¿Sabía usted que el pacto mundial de Naciones Unidas mide desde lo económico, el desempeño relacionado con informes estándares y monitoreo derechos humanos?



Fuente: elaboración propia.

Por otra parte, el 68 % de las Pymes afirman conocer lo que se mide en el pacto mundial de las Naciones Unidas con respecto a los informes estándares y monitoreo de los derechos humanos.

Tabla 24.
Pregunta 10. ¿Sabe usted en qué consiste el término de gobernabilidad corporativa?

¿Sabe usted en qué consiste el término de gobernabilidad corporativa?	Absoluta	Frecuencia relativa
SÍ	34	100 %
NO	0	0 %
Prefiero no contestar	0	0 %
Total	34	100 %

Fuente: elaboración propia.

Figura 33.
Pregunta 10. ¿Sabe usted en qué consiste el término de gobernabilidad corporativa?



Fuente: elaboración propia.

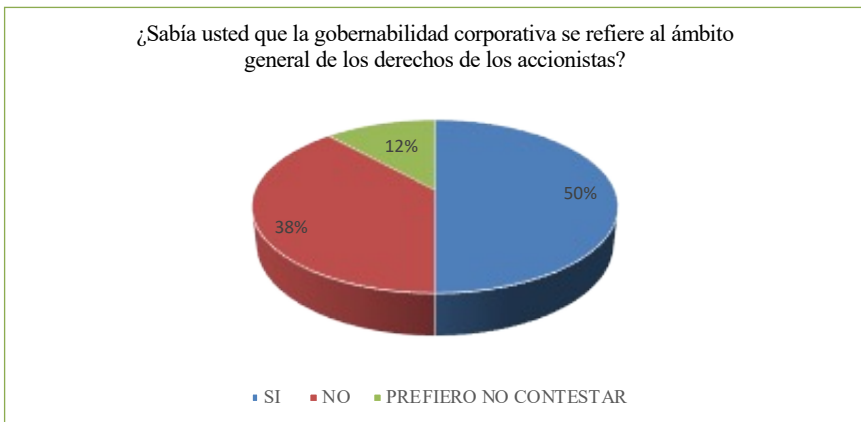
Con respecto al concepto de gobernabilidad corporativa el 100 % de los encuestados afirma conocerlo. Sin embargo, el 74 % no conocen que el gobierno corporativo se refiere al ámbito general de los derechos de los accionistas.

Tabla 25.
Pregunta 11. ¿Sabía usted que la gobernabilidad corporativa se refiere al ámbito general de los derechos de los accionistas?

¿Sabía usted que la gobernabilidad corporativa se refiere al ámbito general de los derechos de los accionistas?	Absoluta	Frecuencia relativa
SÍ	8	24 %
NO	25	74 %
Prefiero no contestar	1	3 %
Total	34	100 %

Fuente: elaboración propia.

Figura 34.
Pregunta 11. ¿Sabía usted que la gobernabilidad corporativa se refiere al ámbito general de los derechos de los accionistas?



Fuente: elaboración propia.

Tabla 26.

Pregunta 12. ¿Conoce usted si existe un sistema de gestión ambiental en su empresa?

¿Conoce usted si existe un sistema de gestión ambiental en su empresa?	Absoluta	Frecuencia relativa
SÍ	17	50%
NO	13	38%
Prefiero no contestar	4	12%
Total	34	100%

Fuente: elaboración propia.

La Resolución 4222 del 23 de septiembre de 2013 del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia, establece que todas las personas merecen gozar de un ambiente sano. De acuerdo con lo anterior y con respecto al conocimiento que se tiene en cuanto a la existencia de un Sistema de Gestión Ambiental (SGA), los encuestados afirmaron lo siguiente el 50 % conoce de que se trata el sistema de gestión ambiental y conocen de su existencia, el 38 % afirma no conocerlo y el 4 % prefiere no contestar.

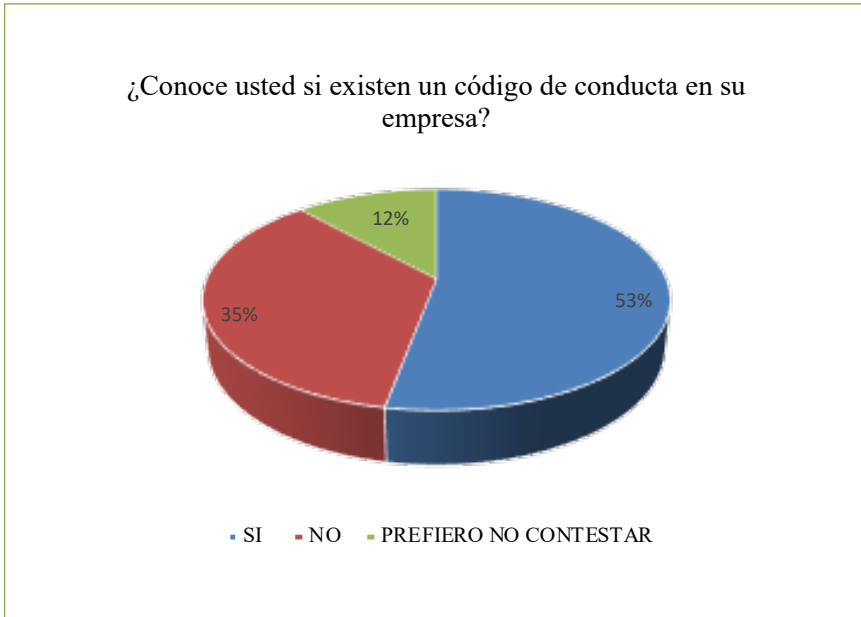
Tabla 27.

Pregunta 13. ¿Conoce usted si existe un código de conducta en su empresa?

¿Conoce usted si existe un código de conducta en su empresa?	Absoluta	Frecuencia relativa
Si	18	53%
No	12	35%
Prefiero no contestar	4	12%
Total	34	100%

Fuente: elaboración propia.

Figura 35.
Pregunta 12. ¿Conoce usted si existen un código de conducta en su empresa?



Fuente: elaboración propia.

Con respecto a la existencia de un código de conducta las Pymes del sector de las confecciones manifiestan que el 53 % sí lo conoce, el 35 % no, y el 4 % restante prefiere no contestar. De acuerdo a los anteriores resultados, es importante que las Pymes ubicadas en el sector de las confecciones implementen códigos de conducta con el fin de obtener los siguientes beneficios: facilita la toma de decisiones y una mejor conducta profesional, fortalece la lealtad a la organización y mejora su rentabilidad, establece guías de actuación que promueven el respeto, la tolerancia y el compañerismo, define comportamientos basados en la ética y la integridad, es un documento que promueve la confianza entre las personas que buscan un lugar de trabajo acorde a sus necesidades y expectativas, ayuda a minimizar riesgos para la compañía entre otros.

Tabla 28.

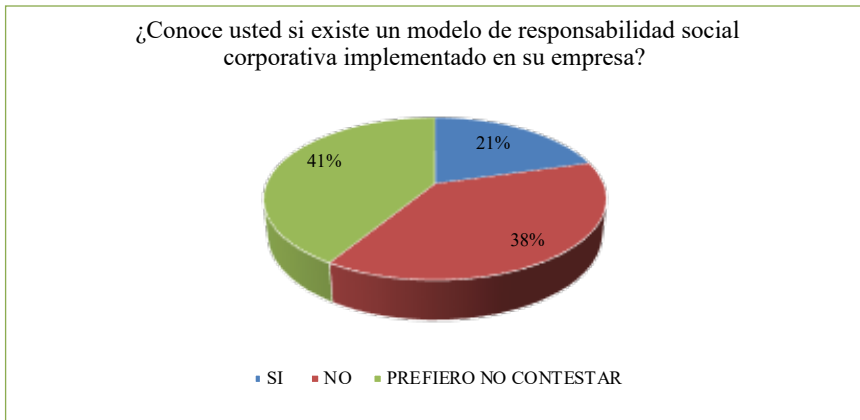
Pregunta 14. ¿Conoce usted si existe un modelo de responsabilidad social corporativa implementado en su empresa?

¿Conoce usted si existe un modelo de responsabilidad social corporativa implementado en su empresa?	Absoluta	Frecuencia relativa
Si	7	21%
No	13	38%
Prefiero no contestar	14	41%

Fuente: elaboración propia.

Figura 36.

Pregunta 14. ¿Conoce usted si existe un modelo de responsabilidad social corporativa implementado en su empresa?



Fuente: elaboración propia.

Según los encuestados de las Pymes del sector de las confecciones el 38 % afirma que no existe un modelo responsabilidad social corporativa implementado en la empresa, y el 21 % menciona que sí existe el modelo y que se encuentra implementado siendo este último porcentaje

muy bajo con respecto a su aplicabilidad, con respecto al uso de este modelo de responsabilidad social corporativa las áreas que se aplica en mayor porcentaje son: derechos humanos, gobierno corporativo, ética empresarial, medio ambiente e impacto ambiental.

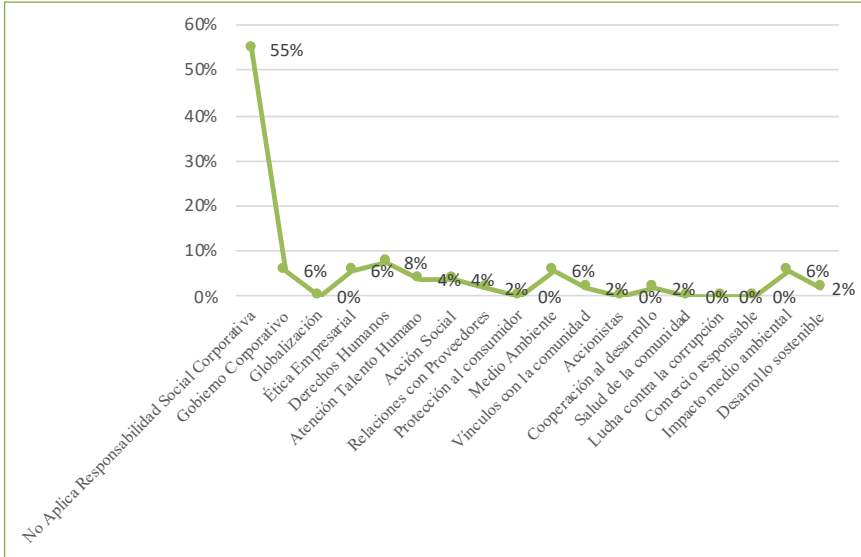
Tabla 29.
Pregunta 15. ¿En qué áreas aplican este modelo de responsabilidad social corporativa que está implementado en su empresa?

¿En qué áreas aplican este modelo de responsabilidad social corporativa que está implementado en su empresa?	Absoluta	Frecuencia relativa
No aplica responsabilidad social corporativa	29	55 %
Gobierno corporativo	3	6 %
Globalización	0	0 %
Ética empresarial	3	6 %
Derechos humanos	4	8 %
Atención talento humano	2	4 %
Acción social	2	4 %
Relaciones con proveedores	1	2 %
Protección al consumidor	0	0 %
Medio Ambiente	3	6 %
Vínculos con la comunidad	1	2 %
Accionistas	0	0 %
Cooperación al desarrollo	1	2 %
Salud de la comunidad	0	0 %
Lucha contra la corrupción	0	0 %
Comercio responsable	0	0 %
Impacto medio ambiental	3	6 %
Desarrollo sostenible	1	2 %
Total	53	100 %

Fuente: elaboración propia.

Figura 37.

Pregunta 15. ¿En qué áreas aplican este modelo de responsabilidad social corporativa que está implementado en su empresa?



Fuente: elaboración propia.

Tabla 30.

Pregunta 16. ¿Sabía usted que los estándares laborales tienen como referencia la no discriminación laboral?

¿Sabía usted que los estándares laborales tienen como referencia la no discriminación laboral?	Absoluta	Frecuencia relativa
Sí	5	15 %
No	13	38 %
Prefiero no contestar	16	47 %
Total	34	100 %

Fuente: elaboración propia.

Figura 38.

Pregunta 16 ¿Sabía usted que los estándares laborales tienen como referencia la no discriminación laboral?



Fuente: elaboración propia.

Con respecto al conocimiento que se tiene sobre los estándares laborales, se tiene como referencia la no discriminación laboral. El 15 % afirma conocerlo, el 38 % lo desconoce, y el 47 % prefiere no contestar. Esto, permite deducir que en este sector existe discriminación laboral.

Tabla 31.

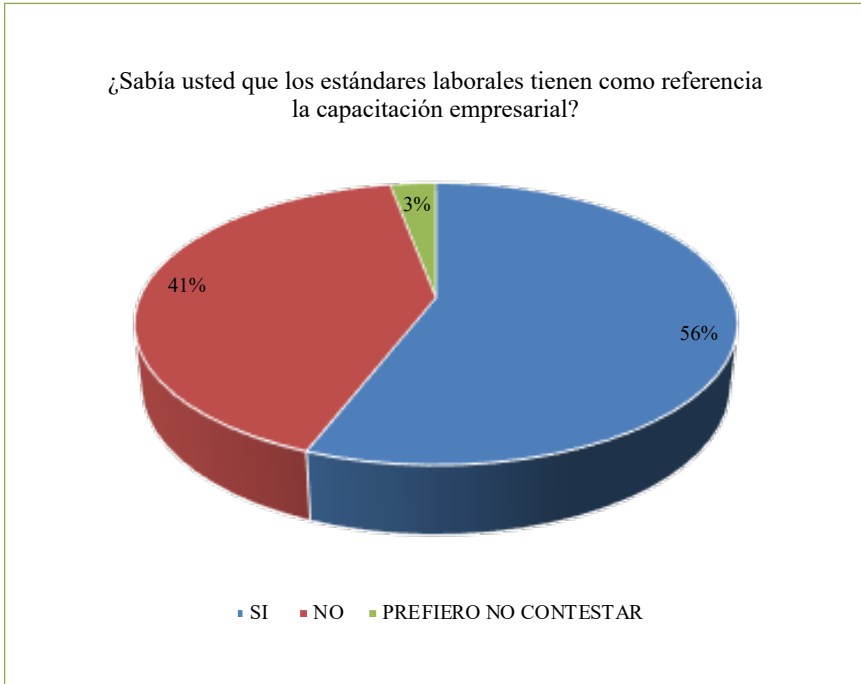
Pregunta 17. ¿Sabía usted que los estándares laborales tienen como referencia la capacitación empresarial?

¿Sabía usted que los estándares laborales tienen como referencia la capacitación empresarial?	Absoluta	Frecuencia relativa
Sí	19	56 %
No	14	41 %
Prefiero no contestar	1	3 %
Total	34	100 %

Fuente: elaboración propia.

Figura 39.

Pregunta 17. ¿Sabía usted que los estándares laborales tienen como referencia la capacitación empresarial?



Fuente: elaboración propia.

Con respecto al conocimiento que tienen las Pymes sobre si saben que los estándares laborales tienen como referencia la capacitación empresarial el 56 % afirman que lo conocen, el 41 % no lo conoce, y el 3 % prefiere no contestar, estos resultados obtenidos demuestran que las Pymes del sector de las confecciones no cumplen o no destinan tiempo en la formación de su talento humano como se encuentra establecido en el Artículo 21 de la Ley 50 de 1990, donde se establece que las empresas con más de 50 trabajadores y cuya jornada sea de 48 horas a la semana deben tener dos horas de actividades recreativas, culturales, deportivas o de capacitación.

Tabla 32.

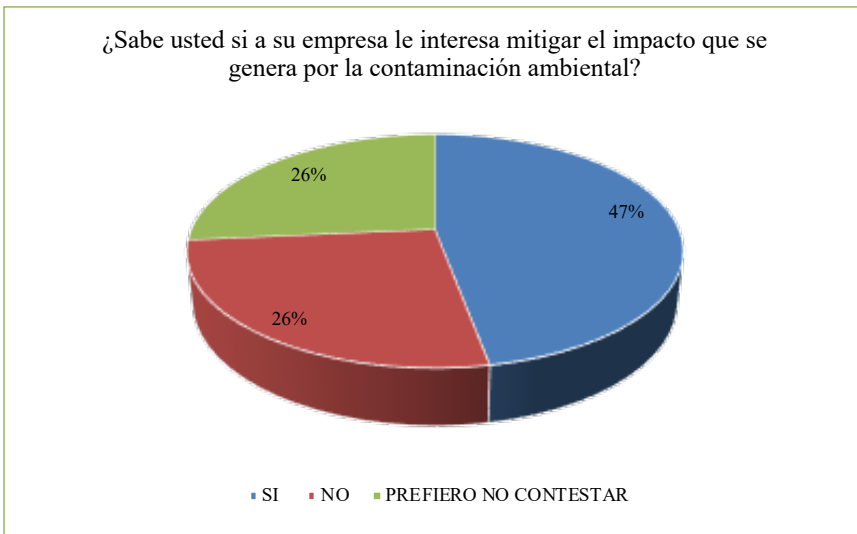
Pregunta 18. ¿Sabe usted si a su empresa le interesa mitigar el impacto que se genera por la contaminación ambiental?

¿Sabe usted si a su empresa le interesa mitigar el impacto que se genera por la contaminación ambiental?	Absoluta	Frecuencia relativa
Sí	16	47 %
No	9	26 %
Prefiero no contestar	9	26 %
Total	34	100 %

Fuente: elaboración propia.

Figura 40.

Pregunta 18. ¿Sabe usted si a su empresa le interesa mitigar el impacto que se genera por la contaminación ambiental?



Fuente: elaboración propia.

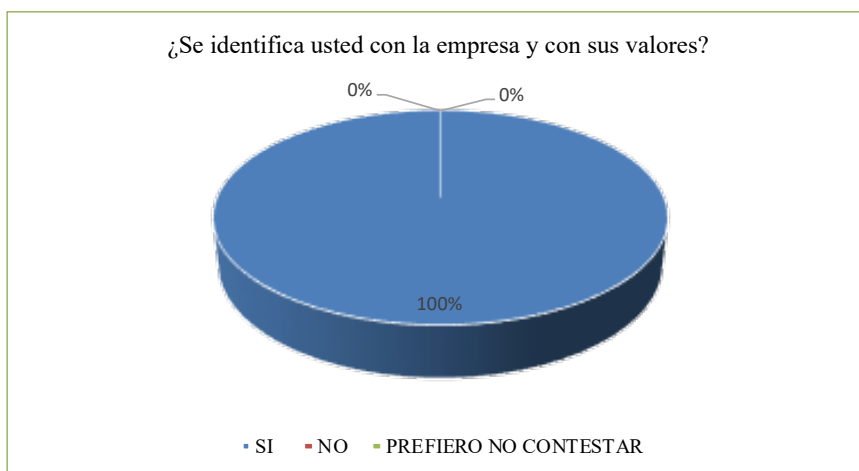
Por otra parte, a las Pymes les interesa mitigar el impacto que se genera por la contaminación ambiental en un 47 %, el 26 % no se preocupa por realizar esta labor y el otro 26 % prefiere no contestar, lo anterior demuestra que se deben incrementar las campañas dirigidas a mitigar el impacto ambiental producido por la contaminación ambiental por el estado, empresas, trabajadores, proveedores, socios y clientes.

Tabla 33.
Pregunta 19. ¿Se identifica usted con la empresa y con sus valores?

¿Se identifica usted con la empresa y con sus valores?	Absoluta	Frecuencia relativa
Sí	34	100%
No	0	0%
Prefiero no contestar	0	0%
Total	34	100%

Fuente: elaboración propia.

Figura 41.
Pregunta 19. ¿Se identifica usted con la empresa y con sus valores?



Fuente: elaboración propia.

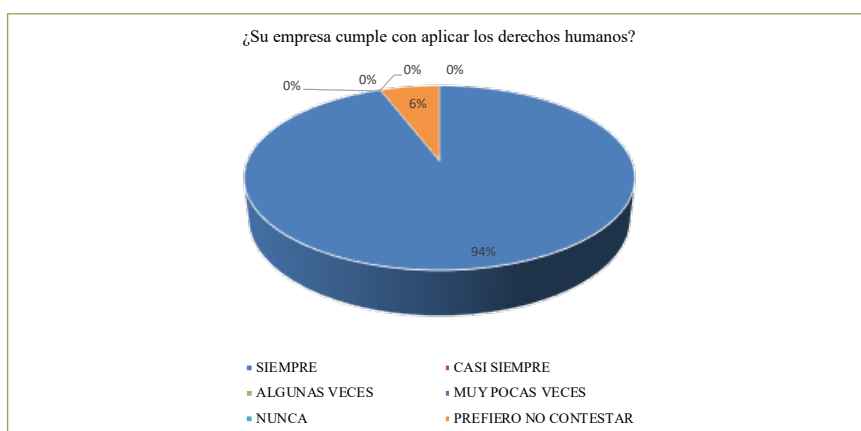
Con respecto al direccionamiento estratégico enfocado en la aplicación de los valores empresariales el 100 % de los encuestados afirman que se identifican con estos, los datos revelan que existe disposición por parte de los colaboradores para adoptar las normas y políticas empresariales.

Tabla 34.
Pregunta 20. ¿Su empresa cumple con aplicar los derechos humanos?

¿Su empresa cumple con aplicar los derechos humanos?	Absoluta	Frecuencia relativa
Siempre	32	94 %
Casi siempre	0	0 %
Algunas veces	0	0 %
Muy pocas veces	0	0 %
Nunca	0	0 %
Prefiero no contestar	2	6 %
Total	34	100 %

Fuente: elaboración propia.

Figura 42.
Pregunta 20. ¿Su empresa cumple con aplicar los derechos humanos?



Fuente: elaboración propia.

Las Pymes cumplen en un 94 % con aplicar y respetar los derechos humanos, y el 6 % prefiere no contestar.

Tabla 35.

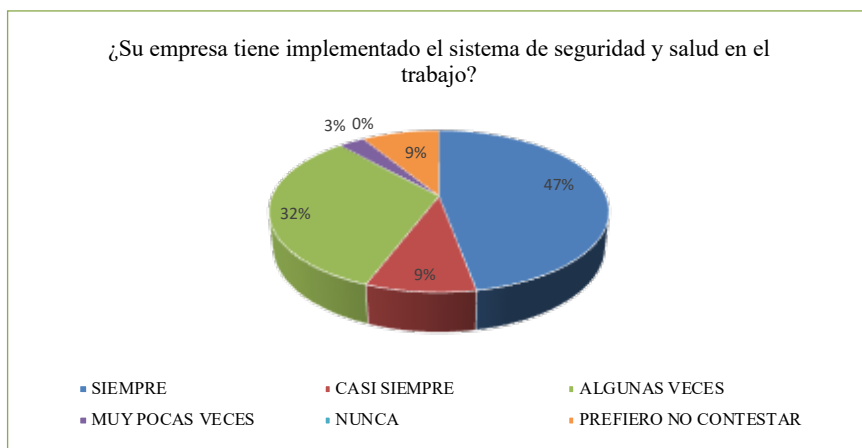
Pregunta 21. ¿Su empresa tiene implementado el sistema de seguridad y salud en el trabajo?

¿Su empresa tiene implementado el sistema de seguridad y salud en el trabajo?	Absoluta	Frecuencia relativa
Siempre	16	47 %
Casi siempre	3	9 %
Algunas veces	11	32 %
Muy pocas veces	1	3 %
Nunca	0	0 %
Prefiero no contestar	3	9 %
Total	34	53 %

Fuente: elaboración propia.

Figura 43.

Pregunta 21. ¿Su empresa tiene implementado el sistema de seguridad y salud en el trabajo?



Fuente: elaboración propia.

Con respecto a la implementación del sistema de seguridad y salud en el trabajo el 47 % lo tiene implementado, un 32 % lo aplica algunas veces, 9 % lo aplica casi siempre, 3 % muy pocas veces y el 9 % prefiere no contestar, de acuerdo con los datos anteriores se deben incrementar la implementación del sistema de seguridad y salud en el trabajo como lo establece la ley y no solo por cumplirla, si no que esto hace que las Pymes sean más competitivas y disminuye el riesgo empresarial.

Tabla 36.

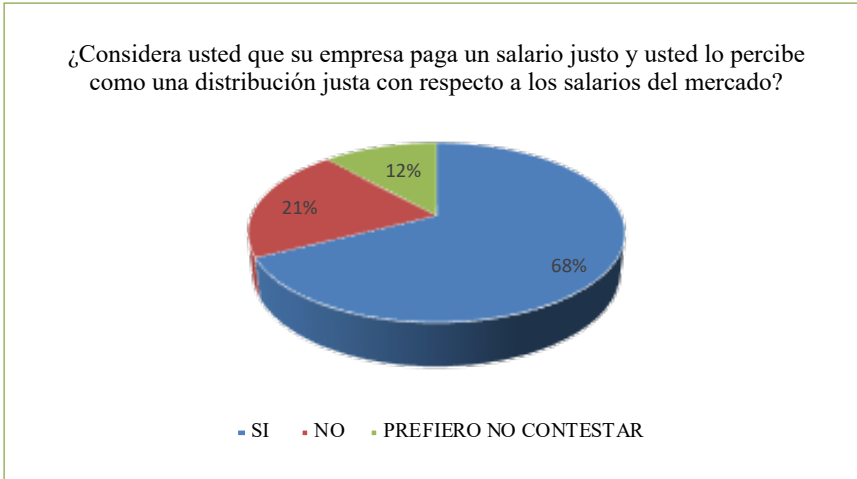
Pregunta 22. ¿Considera usted que su empresa paga un salario justo y usted lo percibe como una distribución justa con respecto a los salarios del mercado?

¿Considera usted que su empresa paga un salario justo y usted lo percibe como una distribución justa con respecto a los salarios del mercado?	Absoluta	Frecuencia relativa
Sí	23	68 %
No	7	21 %
Prefiero no contestar	4	12 %
Total	34	100 %

Fuente: elaboración propia.

Figura 44.

Pregunta 22. ¿Considera usted que su empresa paga un salario justo y usted lo percibe como una distribución justa con respecto a los salarios del mercado



Fuente: elaboración propia.

Según los encuestados la percepción que se tiene con respecto al pago y la distribución del justo salario del mercado es el 68 % que se encuentra de acuerdo y el 21 % no lo está o considera no recibir un salario justo.

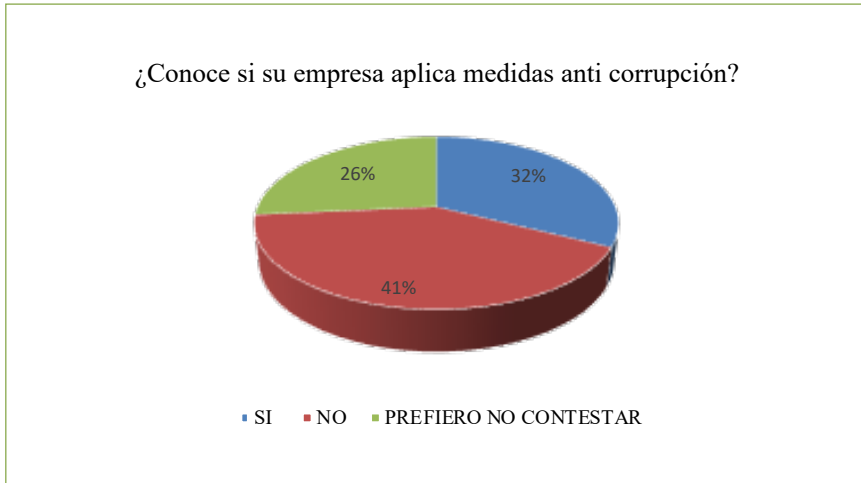
Tabla 37.

Pregunta 23. ¿Conoce si su empresa aplica medidas anticorrupción?

¿Conoce si su empresa aplica medidas anticorrupción?	absoluta	Frecuencia relativa
Sí	11	32 %
No	14	41 %
Prefiero no contestar	9	26 %
Total	34	100 %

Fuente: elaboración propia.

Figura 45.
Pregunta 23. ¿Conoce si su empresa aplica medidas anticorrupción?



Fuente: elaboración propia.

Con respecto a las medidas aplicadas anticorrupción en las Pymes el 41 % desconoce su aplicación, y el 32 % afirma conocerlas.

Tabla 38.
Pregunta 24. ¿Sabe usted si su empresa cumple y realiza alianzas estratégicas con los grupos de interés?

¿Sabe usted si su empresa cumple y realiza alianzas estratégicas con los grupos de interés?	Absoluta	Frecuencia relativa
Sí	6	18 %
No	25	74 %
Prefiero no contestar	3	9 %
Total	34	100 %

Fuente: elaboración propia.

Figura 46.

Pregunta 24. ¿Sabe usted si su empresa cumple y realiza alianzas estratégicas con los grupos de interés?



Fuente: elaboración propia.

Con respecto a las alianzas estratégicas que deben realizar las Pymes del sector de las confecciones con los grupos de interés afirman que el 74 % no realizan alianzas y el 18 % sí cuenta con alguna alianza con los grupos de interés.

Tabla 39.

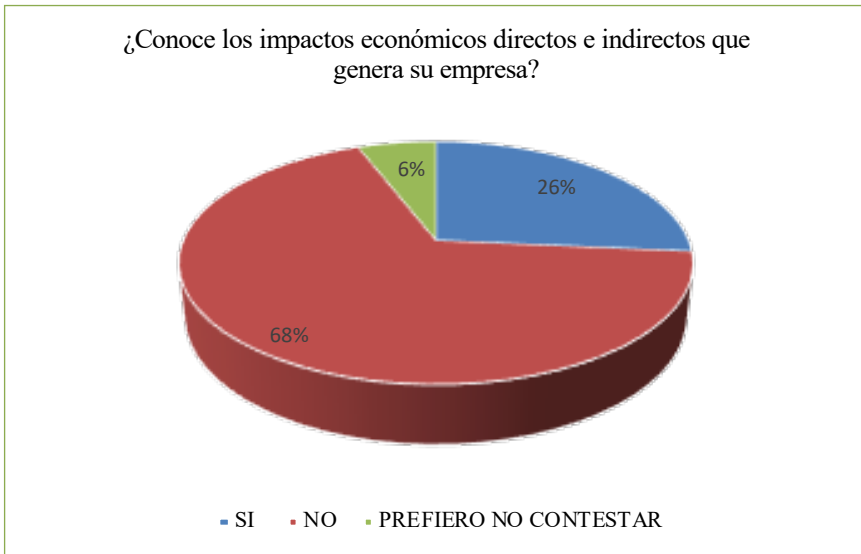
Pregunta 25. ¿Conoce los impactos económicos directos e indirectos que genera su empresa?

¿Conoce los impactos económicos directos e indirectos que genera su empresa?	Absoluta	Frecuencia relativa
Sí	9	26 %
No	23	68 %
Prefiero no contestar	2	6 %
Total	34	100 %

Fuente: elaboración propia.

Figura 47.

Pregunta 25. ¿Conoce los impactos económicos directos e indirectos que genera su empresa?



Fuente: elaboración propia.

Con respecto al conocimiento que se tiene sobre si las Pymes generan impactos económicos importantes, ya sean directos o indirectos, el 68 % de los encuestados afirman que no conoce estos impactos y el 26 % sí los conoce.

Tabla 40.

Pregunta 26. ¿Su empresa vigila el cumplimiento con respecto a la libertad sindical?

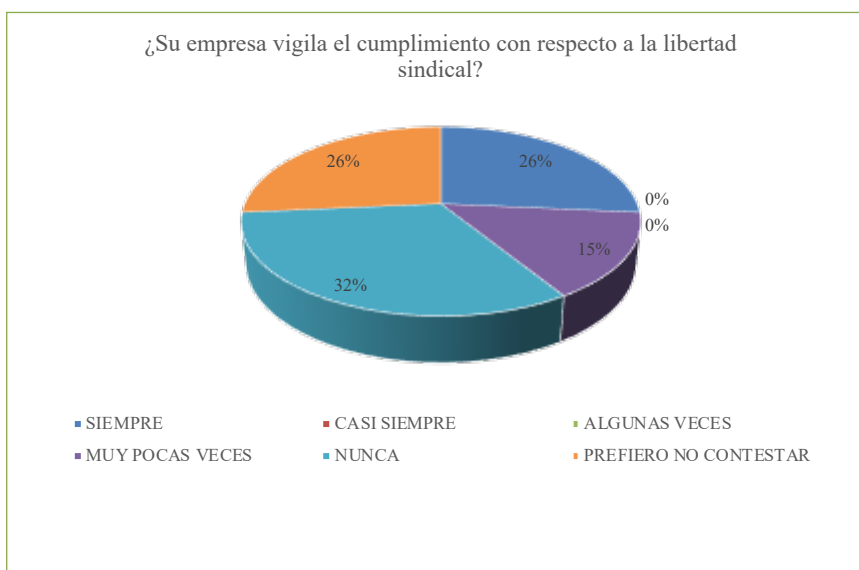
¿Su empresa vigila el cumplimiento con respecto a la libertad sindical?	Absoluta	Frecuencia relativa
Siempre	9	26 %
Casi siempre	0	0 %
Algunas veces	0	0 %

¿Su empresa vigila el cumplimiento con respecto a la libertad sindical?	Absoluta	Frecuencia relativa
Muy pocas veces	5	15 %
Nunca	11	32 %
Prefiero no contestar	9	26 %
Total	34	100 %

Fuente: elaboración propia.

Figura 48.

Pregunta 26. ¿Su empresa vigila el cumplimiento con respecto a la libertad sindical?



Fuente: elaboración propia.

Por otra parte, los miembros de las Pymes encuestadas afirman que en un 32 % no existe libertad sindical, 26 % sí tiene libertad sindical, un 15 % afirma tenerla muy pocas veces y el porcentaje restante del 26 % prefiere no contestar. Lo anterior demuestra que se deben respetar los derechos de los trabajadores con respecto a la libertad sindical.

Tabla 41.

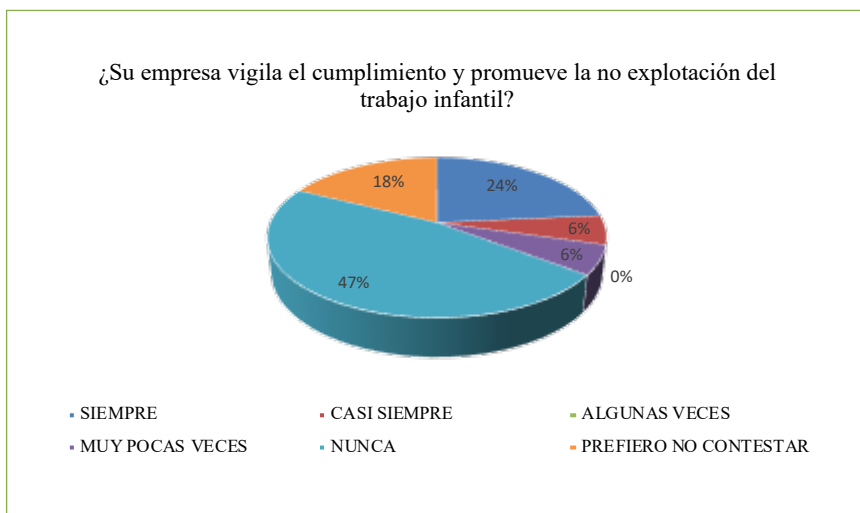
Pregunta 27. ¿Su empresa vigila el cumplimiento y promueve la no explotación del trabajo infantil?

¿Su empresa vigila el cumplimiento y promueve la no explotación del trabajo infantil?	Absoluta	Frecuencia relativa
Siempre	8	24 %
Casi siempre	2	6 %
Algunas veces	0	0 %
Muy pocas veces	2	6 %
Nunca	16	47 %
Prefiero no contestar	6	18 %
Total	34	100 %

Fuente: elaboración propia.

Figura 49.

Pregunta 27. ¿Su empresa vigila el cumplimiento y promueve la no explotación del trabajo infantil?



Fuente: elaboración propia.

En las Pymes del sector de las confecciones se promueve la no explotación del trabajo infantil, el 56 % afirma que cumple con la no explotación, el 6 % pocas veces, 28 % nunca las cumple y un 11 % prefiere no contestar. Según lo anterior, las Pymes no promueven la explotación del trabajo infantil, pero existe un 28 % de estas que nunca las cumple lo que es preocupante en términos de explotación laboral.

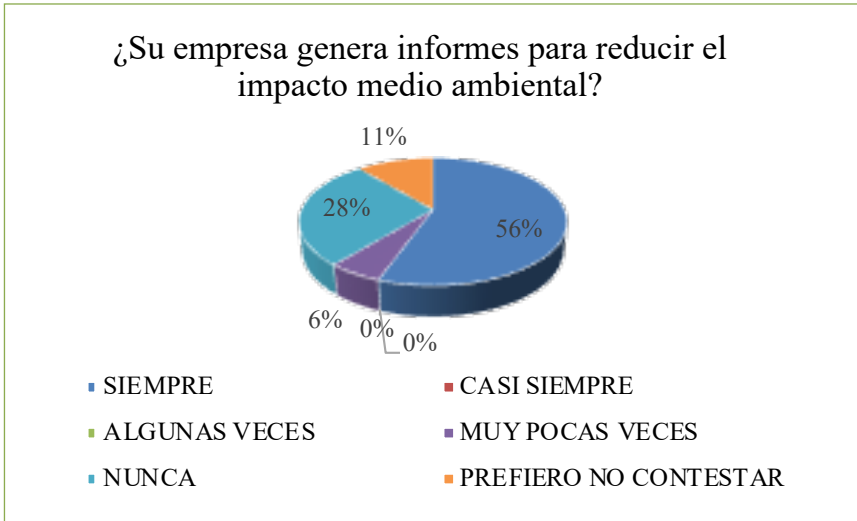
Tabla 42.
Pregunta 28. ¿Su empresa genera informes para reducir el impacto medio ambiental?

¿Su empresa genera informes para reducir el impacto medio ambiental?	Absoluta	Frecuencia relativa
Siempre	20	56 %
Casi siempre	0	0 %
Algunas veces	0	0 %
Muy pocas veces	2	6 %
Nunca	10	28 %
Prefiero no contestar	4	11 %
Total	36	100 %

Fuente: elaboración propia.

Figura 50.

Pregunta 28. ¿Su empresa genera informes para reducir el impacto medio ambiental?



Fuente: elaboración propia.

Con respecto a la generación de informes con el fin de reducir el impacto ambiental, el 56 % de las Pymes los genera, 0 % algunas veces, 28 % nunca, 0 % casi siempre, 6 % muy pocas veces, 11 % prefiere no contestar, esto implica que se debe generar más conciencia en reducir el impacto ambiental y generar informes donde se deje evidencia de la gestión realizada en las Pymes.

Tabla 43.

Pregunta 29. ¿Conoce si su empresa ha apoyado alguna causa social en los últimos años?

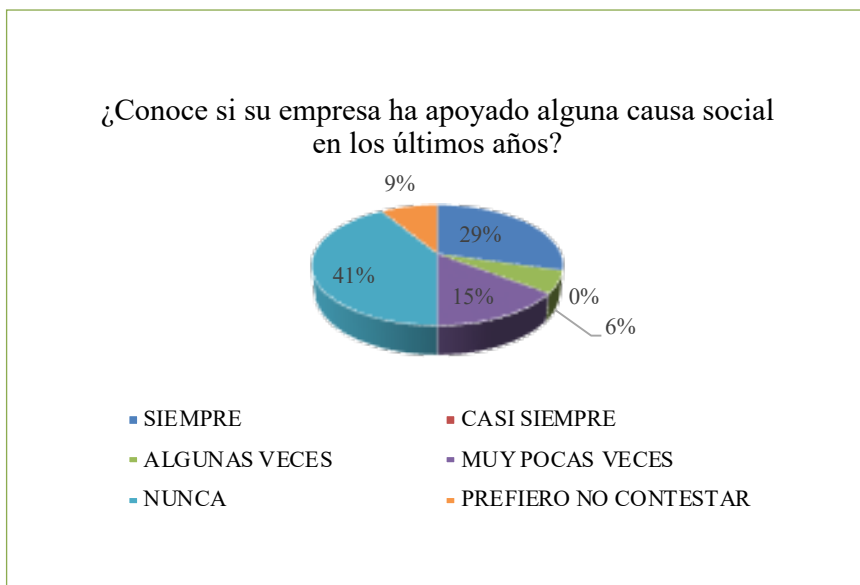
¿Conoce si su empresa ha apoyado alguna causa social en los últimos años?	Absoluta	Frecuencia relativa
Siempre	10	29 %
Casi siempre	0	0 %
Algunas veces	2	6 %

¿Conoce si su empresa ha apoyado alguna causa social en los últimos años?	Absoluta	Frecuencia relativa
Muy pocas veces	5	15 %
Nunca	14	41 %
Prefiero no contestar	3	9 %
Total	34	100 %

Fuente: elaboración propia.

Figura 51.

Pregunta 29. ¿Conoce si su empresa ha apoyado alguna causa social en los últimos años?



Fuente: elaboración propia.

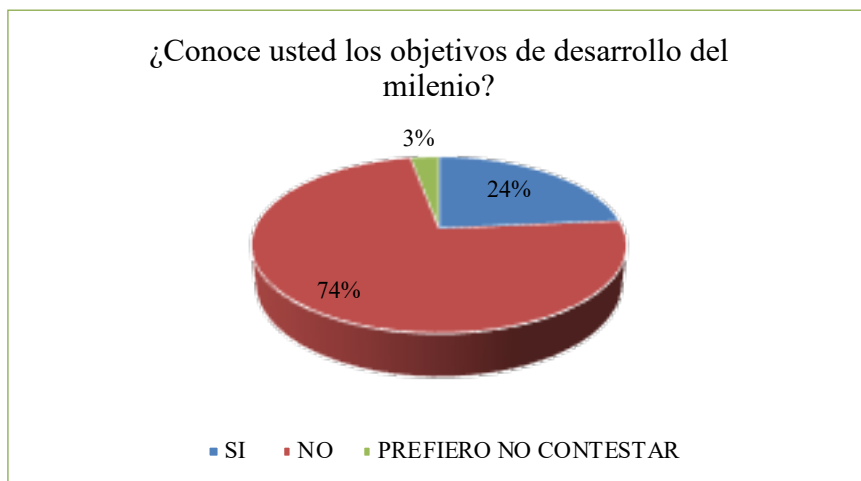
En las Pymes del sector de las confecciones se preguntó si existe promoción de causas sociales donde el 29 % realiza causas sociales, 41 % nunca las apoya, 15 % muy pocas veces y el porcentaje restante 9 % prefiere no contestar.

Tabla 44.
Pregunta 30. ¿Conoce usted los objetivos de desarrollo del milenio?

¿Conoce usted los objetivos de desarrollo del milenio?	Absoluta	Frecuencia relativa
Sí	8	24 %
No	25	74 %
Prefiero no contestar	1	3 %
Total	34	100 %

Fuente: elaboración propia.

Figura 52.
Pregunta 30. ¿Conoce usted los objetivos de desarrollo del milenio?



Fuente: elaboración propia.

Con respecto a los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODS), las Pymes del sector de las confecciones afirman que el 74 % de los encuestados los desconocen, y el 24 % los conocen y aplican, sin embargo, estos datos demuestran que existe una baja preocupación por contribuir en la

eliminación de la pobreza, cambio climático, educación, igualdad de la mujer, y la protección del medio ambiente.

Tabla 45.
Pregunta 31. ¿Su empresa reconoce qué significa la gobernanza económica?

¿Su empresa reconoce qué significa la gobernanza económica?	Absoluta	Frecuencia relativa
Sí	14	41 %
No	19	56 %
Prefiero no contestar	1	3 %

Fuente: elaboración propia.

Figura 53.
Pregunta 31 ¿Su empresa reconoce qué significa la gobernanza económica?



Fuente: elaboración propia.

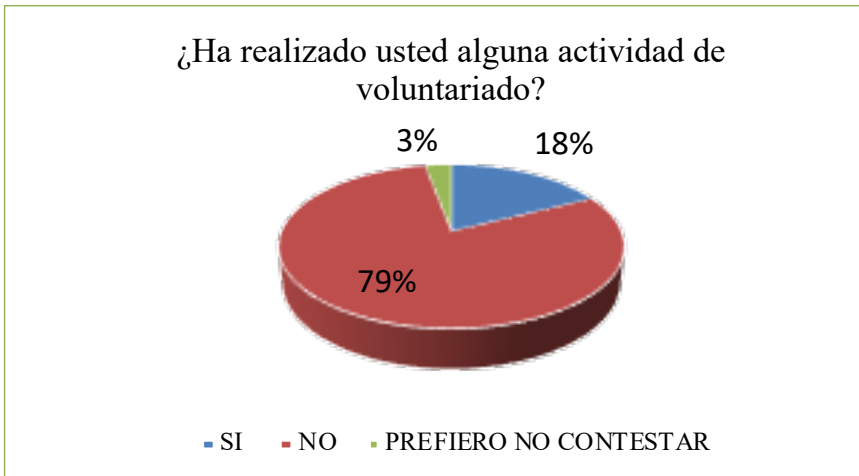
De acuerdo con los datos obtenidos anteriormente con respecto a la gobernanza económica, las Pymes conocen en un 41 % este concepto y existe desconocimiento de este en un 56 % y el 3 % prefiere no contestar.

Tabla 46.
Pregunta 32 ¿Ha realizado usted alguna actividad de voluntariado?

¿Ha realizado usted alguna actividad de voluntariado?	Absoluta	Frecuencia relativa
Sí	6	18 %
No	27	79 %
Prefiero no contestar	1	3 %
Total	34	100%

Fuente: elaboración propia.

Figura 54.
Pregunta 32. ¿Ha realizado usted alguna actividad de voluntariado?



Fuente: elaboración propia.

En lo que tiene que ver con las actividades de voluntariado, el 79 % lo desconoce y no las realiza, solo el 18 % genera actividades de voluntariado. Lo anterior demuestra que existe desconocimiento en el concepto e implementación de un voluntariado con el fin de apoyar causas sociales en las Pymes del sector de las confecciones.

Tabla 47.

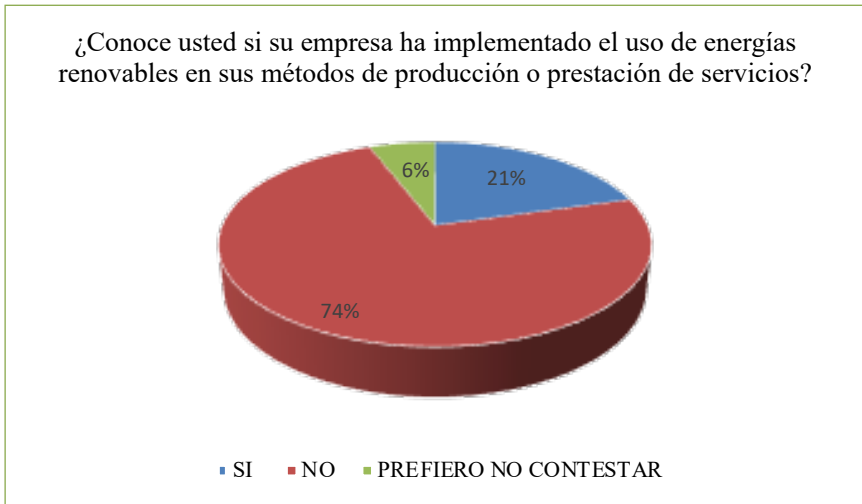
Pregunta 33. ¿Conoce usted si su empresa ha implementado el uso de energías renovables en sus métodos de producción y/o prestación de servicios?

¿Conoce usted si su empresa ha implementado el uso de energías renovables en sus métodos de producción y/o prestación de servicios?	Absoluta	Frecuencia relativa
Si	7	21%
No	25	74%
Prefiero no contestar	2	6%
Total	34	100%

Fuente: elaboración propia.

Figura 55.

Pregunta 33. ¿Conoce usted si su empresa ha implementado el uso de energías renovables en sus métodos de producción o prestación de servicios?



Fuente: elaboración propia.

De acuerdo con estos datos, existe una baja implementación del uso de las energías renovables implementadas en los métodos de producción en la industria de las confecciones, representadas en un 21 % y 74 % no usan energías renovables, lo cual, no contribuye a generar producción más limpia en las Pymes del sector de las confecciones.

Tabla 48.

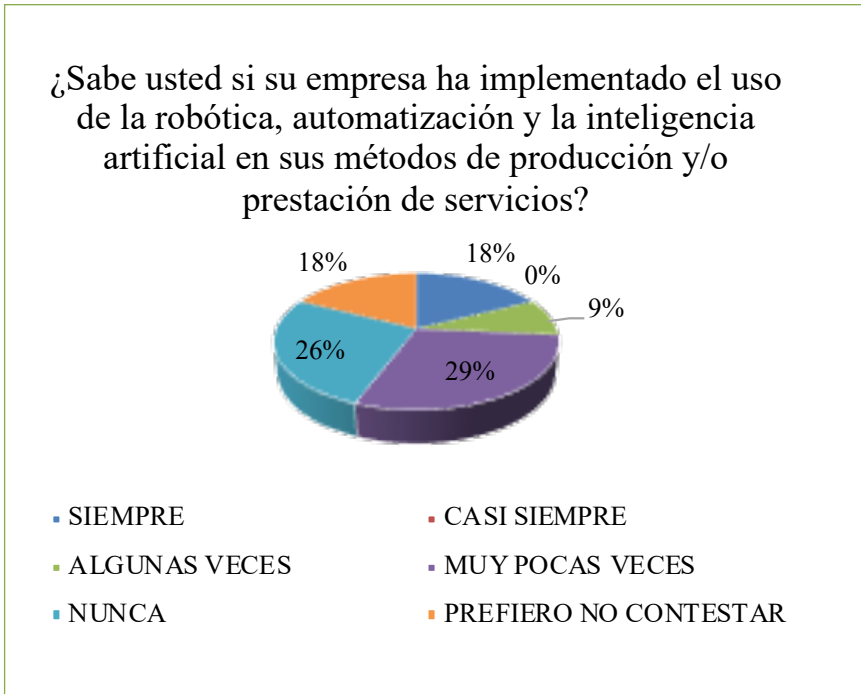
Pregunta 34. ¿Sabe usted si su empresa ha implementado el uso de la robótica, automatización y la inteligencia artificial en sus métodos de producción y/o prestación de servicios?

¿Sabe usted si su empresa ha implementado el uso de la robótica, automatización y la inteligencia artificial en sus métodos de producción y/o prestación de servicios?	Absoluta	Frecuencia relativa
Siempre	6	18 %
Casi siempre	0	0 %
Algunas veces	3	9 %
Muy pocas veces	10	29 %
Nunca	9	26 %
Prefiero no contestar	6	18 %
Total	34	100 %

Fuente: elaboración propia.

Figura 56.

Pregunta 34. ¿Sabe usted si su empresa ha implementado el uso de la robótica, automatización y la inteligencia artificial en sus métodos de producción y/o prestación de servicios?



Fuente: elaboración propia.

Con respecto a la implementación de la industria 4.0, en lo relacionado con la implementación de la robótica, automatización y la inteligencia artificial, su aplicación y uso es ineficiente representado con un 18 %, el 9 % lo ha implementado algunas veces, 29 % lo aplica muy pocas veces y el 18 % prefiere no contestar. Lo anterior evidencia que se deben implementar en las Pymes más métodos de producción tecnificados apoyándose en la robótica, inteligencia artificial y automatización.

Tabla 49.

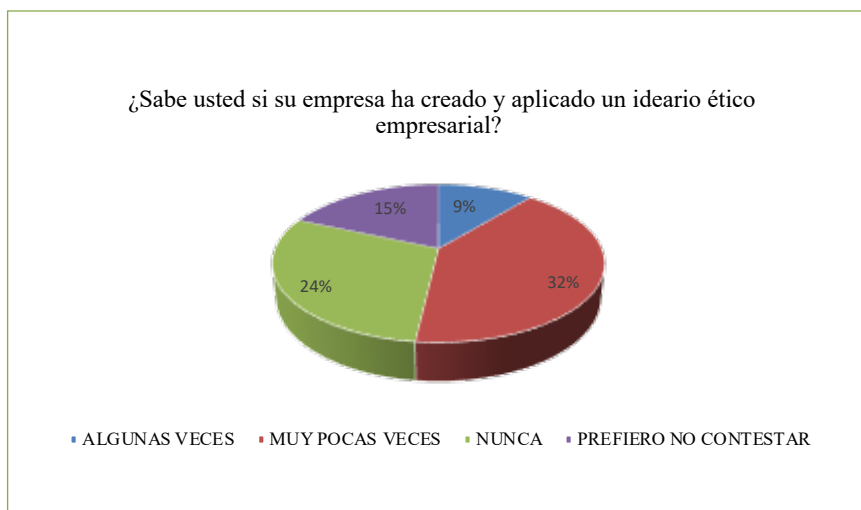
Pregunta 35. ¿Sabe usted si su empresa ha creado y aplicado un ideario ético empresarial?

¿Sabe usted si su empresa ha creado y aplicado un ideario ético empresarial?	Absoluta	Frecuencia relativa
Siempre	5	15 %
Casi siempre	2	6 %
Algunas veces	3	9 %
Muy pocas veces	11	32 %
Nunca	8	24 %
Prefiero no contestar	5	15 %
Total	34	100 %

Fuente: elaboración propia.

Figura 57.

Pregunta 35. ¿Sabe usted si su empresa ha creado y aplicado un ideario ético empresarial?



Fuente: elaboración propia.

Las Pymes del sector de las confecciones tienen implementado un ideario ético en un 15 %, el 24 % no lo aplican, el 32 % lo hace muy pocas veces, 9 % algunas veces, 6 % casi siempre y el 5 % prefiere no contestar, esto demuestra que estas empresas deben preocuparse por implementar un ideario ético que permita fomentar los valores.

Tabla 50.

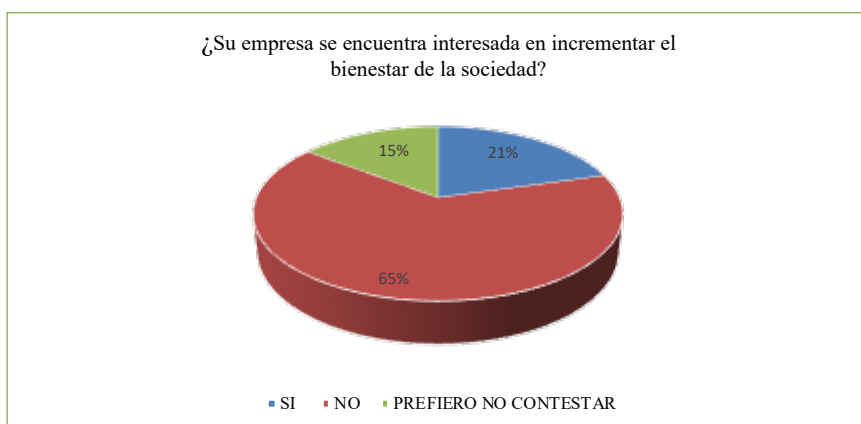
Pregunta 36. ¿Su empresa se encuentra interesada en incrementar el bienestar de la sociedad?

¿Su empresa se encuentra interesada en incrementar el bienestar de la sociedad?	Absoluta	Frecuencia relativa
Sí	7	21 %
No	22	65 %
Prefiero no contestar	5	15 %
Total	34	100 %

Fuente: elaboración propia.

Figura 58.

Pregunta 36 ¿Su empresa se encuentra interesada en incrementar el bienestar de la sociedad?



Fuente: elaboración propia.

Las Pymes del sector de las confecciones no se encuentran interesadas en incrementar el bienestar social. De acuerdo con los resultados obtenidos, solo el 21 % les interesa, y el otro 79 % no les interesa.

Tabla 51.

Pregunta 37. ¿Considera usted que su empresa paga un salario justo y lo percibe como una distribución justa con respecto a los salarios del mercado?

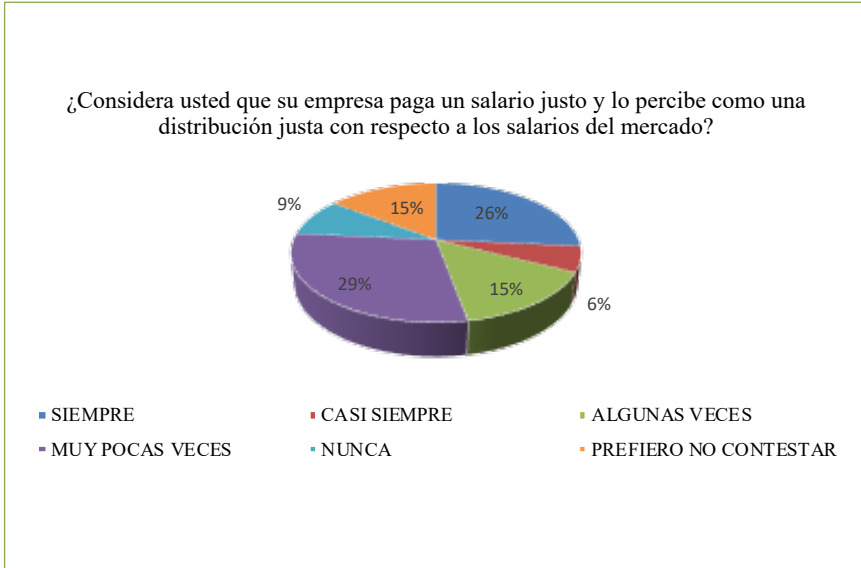
¿Considera usted que su empresa paga un salario justo y lo percibe como una distribución justa con respecto a los salarios del mercado?	Absoluta	Frecuencia relativa
Siempre	9	26 %
Casi siempre	2	6 %
Algunas veces	5	15 %
Muy pocas veces	10	29 %
Nunca	3	9 %
Prefiero no contestar	5	15 %
Total	34	100 %

Fuente: elaboración propia.

En las Pymes no se evidencian actos de cooperación y solidaridad con los clientes, proveedores y empleados, se evidencia solo en un 29 %, el 6 % casi siempre, el 18 % algunas veces, el 29 % muy pocas veces, 9 % nunca, y el 9% prefiere no contestar; estos datos demuestran que se debe fortalecer las relaciones con estos grupos de interés y la cadena de valor.

Figura 59.

Pregunta 37. ¿Considera usted que su empresa paga un salario justo y lo percibe como una distribución justa con respecto a los salarios del mercado?



Fuente: elaboración propia.

Tabla 52.

Pregunta 38. ¿Conoce si su empresa ha realizado campañas donde se evidencien actos de cooperación y solidaridad con sus clientes, proveedores y/o empleados?

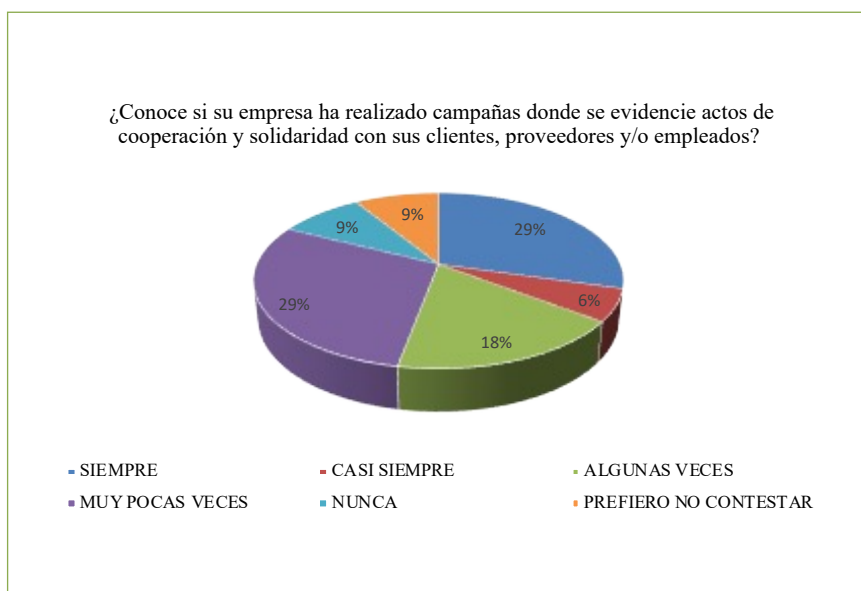
¿Conoce si su empresa ha realizado campañas donde se evidencien actos de cooperación y solidaridad con sus clientes, proveedores y/o empleados?	Absoluta	Frecuencia relativa
Siempre	10	29 %
Casi siempre	2	6 %

¿Conoce si su empresa ha realizado campañas donde se evidencien actos de cooperación y solidaridad con sus clientes, proveedores y/o empleados?	Absoluta	Frecuencia relativa
Algunas veces	6	18 %
Muy pocas veces	10	29 %
Nunca	3	9 %
Prefiero no contestar	3	9 %
Total	34	100 %

Fuente: elaboración propia.

Figura 60.

Pregunta 38. ¿Conoce si su empresa ha realizado campañas donde se evidencie actos de cooperación y solidaridad con sus clientes, proveedores y/o empleados?



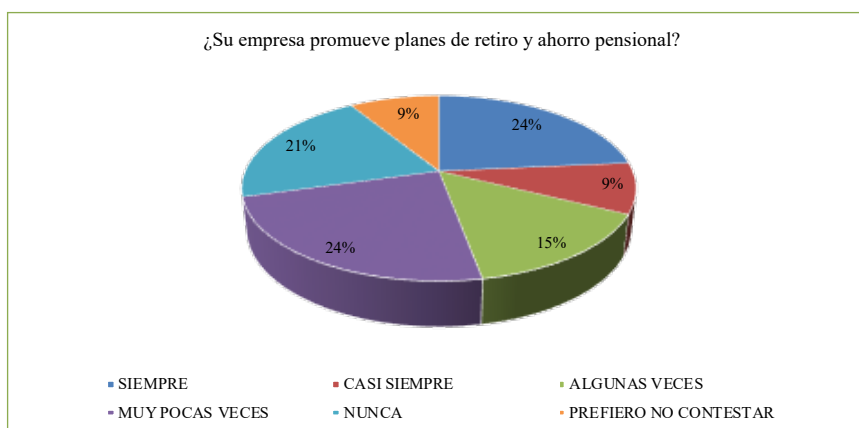
Fuente: elaboración propia.

Tabla 53.
Pregunta 39. ¿Su empresa promueve planes de retiro y ahorro pensional?

¿Su empresa promueve planes de retiro y ahorro pensional?	Absoluta	Frecuencia relativa
Siempre	8	24 %
Casi siempre	3	9 %
Algunas veces	5	15 %
Muy pocas veces	8	24 %
Nunca	7	21 %
Prefiero no contestar	3	9 %
Total	34	100 %

Fuente: elaboración propia.

Figura 61.
Pregunta 39. ¿Su empresa promueve planes de retiro y ahorro pensional?



Fuente: elaboración propia.

Con respecto a la promoción de planes de retiro y de ahorro pensional, según los siguientes datos obtenidos el 24 % los promueve, 9 % casi siempre, 15 % algunas veces, 24 % muy pocas veces, 21 % nunca, 9 % prefiere no contestar.

Tabla 54.

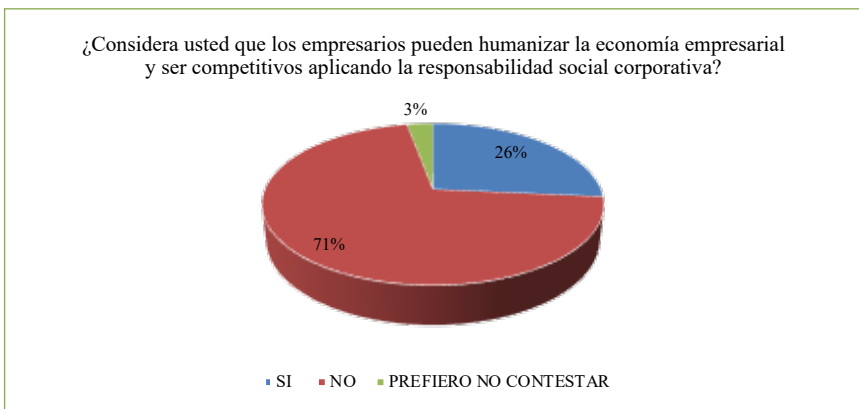
Pregunta 40. ¿Considera usted que los empresarios pueden humanizar la economía empresarial y ser competitivos aplicando la responsabilidad social corporativa?

¿Considera usted que los empresarios pueden humanizar la economía empresarial y ser competitivos aplicando la responsabilidad social corporativa?	Absoluta	Frecuencia relativa
Sí	9	26 %
No	24	71 %
Prefiero no contestar	1	3 %
Total	34	100 %

Fuente: elaboración propia.

Figura 62.

Pregunta 40. ¿Considera usted que los empresarios pueden humanizar la economía empresarial y ser competitivos aplicando la responsabilidad social corporativa?



Fuente: elaboración propia.

Por otra parte, se le preguntó a las Pymes si les interesaba aplicar el concepto de humanización de la economía empresarial y al mismo tiempo ser competitivos aplicando las normas de responsabilidad social corporativa. Estos afirmaron que en un 71 % no hacerlo y un 26 % de

estas Pymes sí cumplen siendo competitivos humanizando la economía empresarial.

Tabla 55.

Pregunta 41. ¿Considera usted que existen prácticas responsables en su empresa con respecto a la contratación del talento humano, sin el uso ventajoso de los contratos realizados por medio temporales?

¿Considera usted que existen prácticas responsables en su empresa con respecto a la contratación del talento humano, sin el uso ventajoso de los contratos realizados por medio temporales?	Absoluta	Frecuencia relativa
Sí	33	97 %
No	1	3 %
Prefiero no contestar	0	0 %
Total	34	100 %

Fuente: elaboración propia.

Figura 63.

Pregunta 41. ¿Considera usted que existen prácticas responsables en su empresa con respecto a la contratación del talento humano, sin el uso ventajoso de los contratos realizados por medio temporales?



Fuente: elaboración propia.

Con respecto a las prácticas responsables en contratación de talento humano sin el uso de ventajas en los contratos realizados por medio de temporales, el 97 % afirman que sí existen actos de responsabilidad en la contratación y el 3 % asegura que no se cumple.

Tabla 56.

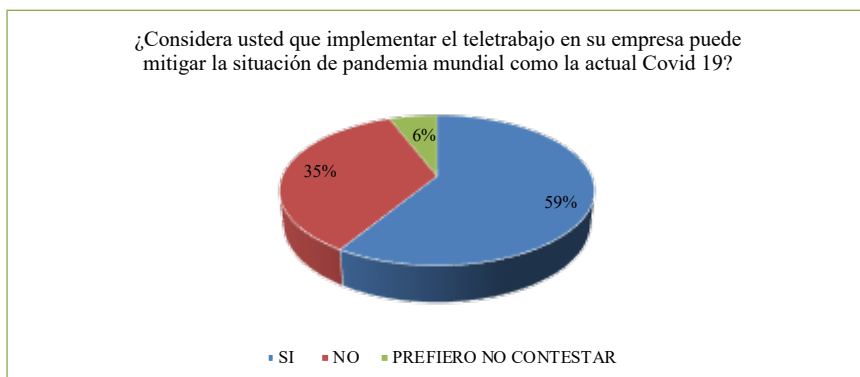
Pregunta 42. ¿Considera usted que implementar el teletrabajo en su empresa puede mitigar la situación de pandemia mundial como la actual Covid-19?

¿Considera usted que implementar el teletrabajo en su empresa puede mitigar la situación de pandemia mundial como la actual covid-19?	Absoluta	Frecuencia relativa
Sí	20	59 %
No	12	35 %
Prefiero no contestar	2	6 %
Total	34	100 %

Fuente: elaboración propia.

Figura 64.

Pregunta 42. ¿Considera usted que implementar el teletrabajo en su empresa puede mitigar la situación de pandemia mundial como la actual Covid 19?



Fuente: elaboración propia.

En las Pymes del sector de las confecciones, debido a la pandemia mundial Covid-19, la opción de realizar teletrabajo es una buena opción. El 59 % de los encuestados contestaron que es favorable y el 35 % afirmaron que no es favorable debido a su labor productiva en este sector de las confecciones.

Métodos explorados para desarrollar el modelo híbrido de humanización de la economía empresarial y responsabilidad social corporativa

Método 1. Método de factores ponderados

Como primer método se tuvo como referencia el método de factores ponderados en tres posibles escenarios. Lo anterior con el fin de proponer el primer sistema de medición modelo humanización de la economía empresarial y la responsabilidad social empresarial aplicada en las Pymes del sector de confecciones ubicadas en Bogotá D.C., en las localidades de Puente Aranda y Barrios Unidos.

De acuerdo con esto y realizando una reflexión del tema, se propone el siguiente método de ponderación de factores, este modelo permite una fácil identificación de los beneficios percibidos al evaluar. Se trata del Modelo Humanización de la Economía Empresarial y la Responsabilidad Social Empresarial aplicada a las Pymes del sector de confecciones ubicadas en Bogotá D.C., en las localidades de Puente Aranda y Barrios Unidos.

Los pasos para seguir son:

1. Desarrollar una lista de factores relevantes.
2. Asignar un peso a cada factor para reflejar su importancia relativa en los objetivos de la pyme o empresa para evaluar.
3. Desarrollar una escala para cada factor (por ejemplo, 1-10 o 1-100 puntos).
4. Hacer que la gerencia califique cada factor, utilizando la escala del paso 3.

5. Multiplicar cada calificación por los pesos de cada factor, y totalizar la calificación.
6. Hacer una recomendación basada en la máxima calificación en puntaje considerando los resultados de sistemas cuantitativos.

La ecuación es la siguiente:

Donde:

$$S_j = \sum_{i=1}^m W_i \cdot F_{ij}$$

S_j = puntuación global de cada alternativa j .

W_i = es el peso ponderado de cada factor i .

F_{ij} es la puntuación de las alternativas j por cada uno de los factores i .

Tabla 57.

Propuesta de medición humanización de la economía empresarial y la responsabilidad social corporativa.

Factores	%	Compañía X		Compañía Y		Compañía Z	
		Alternativa A		Alternativa B		Alternativa C	
DE = Dirección empresarial (Temas globales relacionados con la estrategia, políticas y compromisos que haya asumido la empresa de manera voluntaria, así como el grado de comunicación de estos)	10	5	50	3	30	2	20
CS = Cambio social (Conciencia y credibilidad en el cambio social, identifica las causas y/o factores que producen el cambio social.)	10	4	40	1	10	1	10

Factores	%	Compañía X		Compañía Y		Compañía Z	
		Alternativa A		Alternativa B		Alternativa C	
PSUB = Proveedores y Subcontratistas							
(Selección, fidelización, alianzas, trato y comunicación con los proveedores y subcontratistas).	5	3	15	3	15	1	5
CL = Los Clientes aplican el consumo responsable							
(Ratio de los clientes, mecanismos de evaluación de su satisfacción, canales de comunicación con ellos (reclamaciones y sugerencias), responsabilidad en el consumo de producto y/o servicio)	10	2	20	4	40	3	30
RH = Recursos humanos se encuentra bien remunerados							
(Considera que sus empleados se encuentran bien remunerados, realiza estudios de escala salarial y benchmarking laboral)	10	5	50	2	20	3	30
ENS = Entorno social							
(Se preocupa por el entorno social, por el lugar donde los individuos se desarrollan en determinadas condiciones de vida, trabajo, nivel de ingresos, nivel educativo)	10	3	30	3	30	2	20
DSE = Desarrollo sostenible empresarial							
(Aporta al desarrollo económico sin comprometer las capacidades de las generaciones futuras)	10	5	50	4	40	3	30

Factores	%	Compañía X		Compañía Y		Compañía Z	
		Alternativa A	Alternativa B	Alternativa B	Alternativa C		
CC = Cambio climático							
(Se preocupa por el aumento de la temperatura del planeta provocado por las emisiones a la atmósfera de gases de efecto invernadero derivadas de la actividad empresarial)	10	2	20	3	30	1	10
MA = Medio ambiente							
(Considera importante el espacio en el que se desarrolla la vida de los seres vivos)	10	3	30	4	40	2	20
HE = Humanización de la economía empresarial							
(Gobernanza económica, el uso de los recursos comunes, energías renovables, justicia económica, humanización en el trabajo, sustitución progresiva de los combustibles, uso de la robótica, automatización y la inteligencia artificial con el fin de incrementar el bienestar de la sociedad).	15	1	15	2	30	4	60
Nivel de Beneficios Percibidos	100	33	320	29	285	22	235

Fuente: elaboración propia.

Basándonos en los puntajes ponderados de la tabla anterior, la alternativa A representa que la compañía X es la más calificada en términos de humanización de la economía empresarial y la responsabilidad social corporativa aplicada a las Pymes del sector de confecciones, aunque la compañía Y le sigue de cerca en segundo lugar.

En el método que aquí se presenta se realiza un análisis cuantitativo en el que se compararán entre sí las diferentes alternativas para conseguir determinar una o varias condiciones válidas. El objetivo del estudio no es buscar una condición óptima sino una o varias condiciones aceptables.

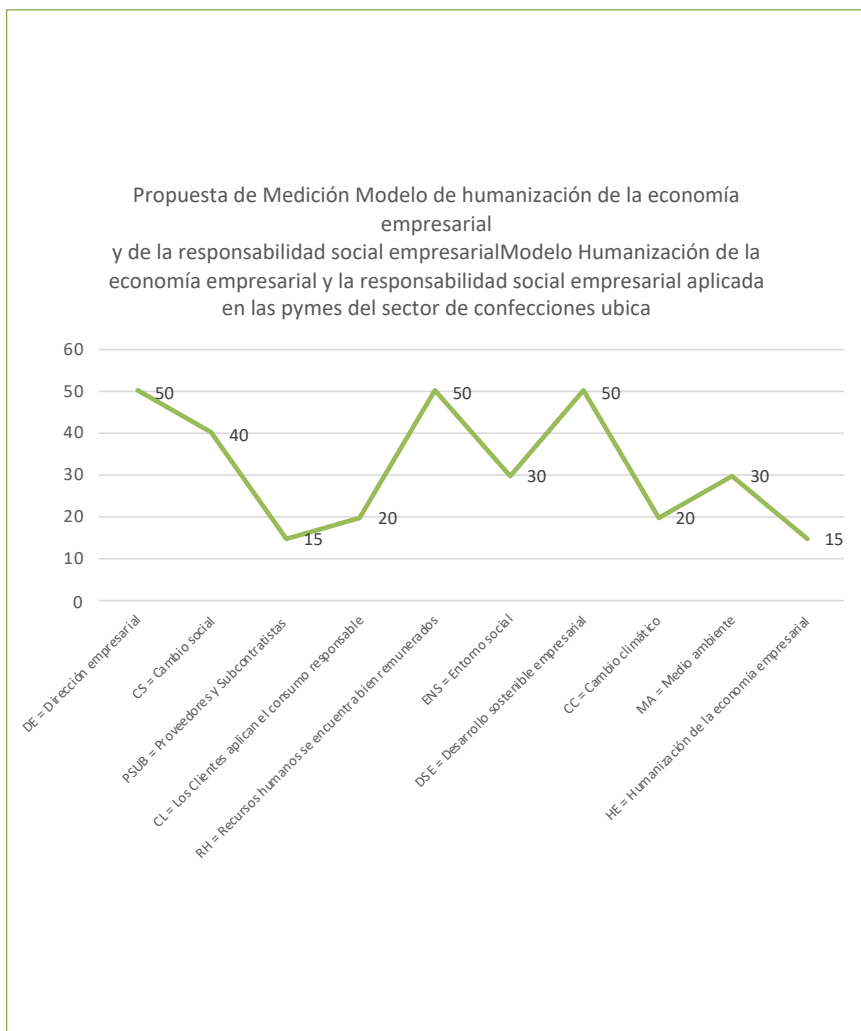
El método de medición de factores ponderados de la humanización de la economía empresarial y la responsabilidad social corporativa demuestra lo siguiente:

Tabla 58.
Niveles de beneficios percibidos.

$DE+CS+PSUB+CL+RH+ENS+DSE+CC+MA+HE$ $= N \text{ RSE Y HE}$	<p>N RSE Y HE = Nivel de Beneficios percibidos en Responsabilidad Social Corporativa y de Humanización de la Economía Empresarial</p>
$DE-CS-PSUB-CL-RH-ENS-DSE-CC-MA-HE = N \text{ RSE Y HE}$	<p>N RSE Y HE = No aplicabilidad la Responsabilidad Social Corporativa y de Humanización de la Economía Empresarial</p>

Fuente: elaboración propia.

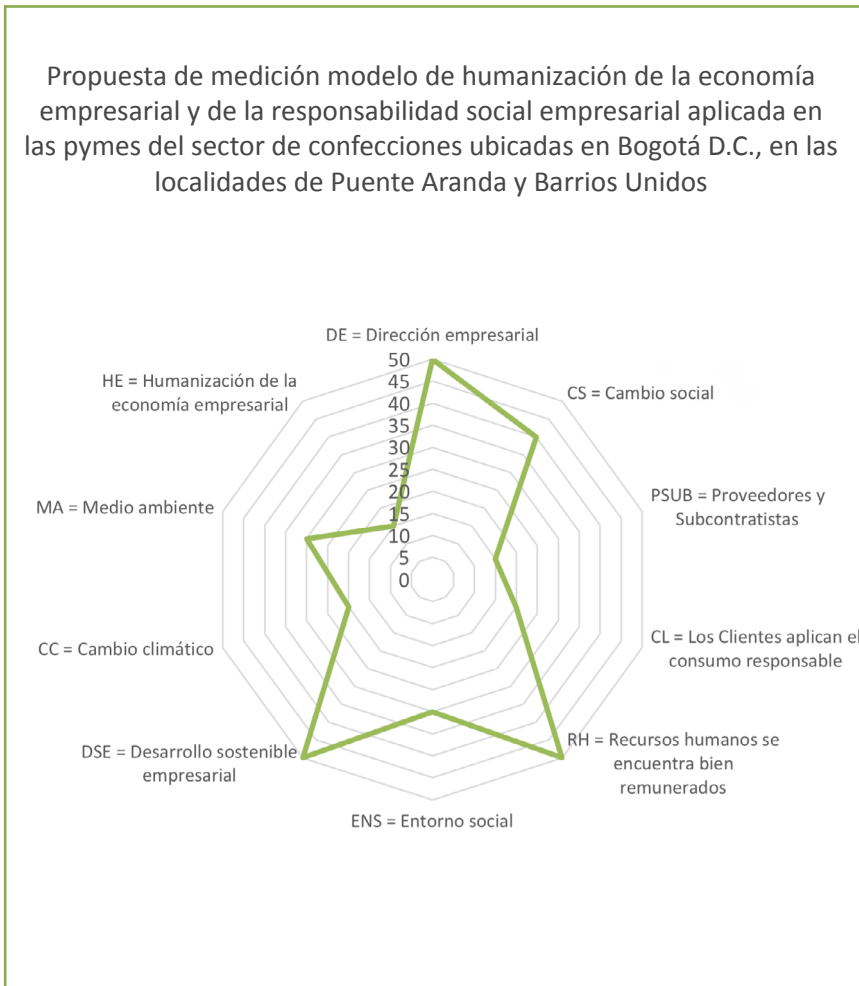
Figura 65.
Propuesta de medición humanización de la economía empresarial y la responsabilidad social corporativa.



Fuente: elaboración propia.

Figura 66.

***Humanización de la economía empresarial y la responsabilidad social empresarial aplicada en las Pymes del sector de confecciones ubicadas en Bogotá D.C., en las localidades de Puente Aranda y Barrios Unidos.–
Alternativa A = 320 puntos.***



Fuente: elaboración propia.

Método 2. Matriz de riesgos aplicado al modelo de medición de humanización de la economía empresarial y responsabilidad social corporativa

Como segundo método de medición se propone adaptar la matriz de riesgos con el fin de medir la humanización de la economía empresarial y la responsabilidad social en las Pymes del sector de las confecciones ubicadas en Bogotá D.C., en las localidades de Puente Aranda y Barrios Unidos, con el fin de evaluar cómo se encuentran en estos aspectos con sus respectivos componentes.

De acuerdo con lo anterior, se seleccionó la herramienta de evaluación matriz de riesgos como propuesta de humanización de la economía empresarial y responsabilidad social corporativa en las Pymes del sector de las confecciones en Bogotá D.C., en la localidad de Puente Aranda y Barrios Unidos. En esta matriz de riesgos se formularon 42 preguntas que surgieron a raíz de la revisión de la literatura. A continuación, se presenta un ejemplo de aplicación de esta herramienta de evaluación (Días dos Santos, 2008).

En la actualidad las organizaciones requieren de procesos *ágiles* y seguros, a través de controles que identifiquen claramente sus objetivos y aseguren que las posibles interferencias sean prevenidas. Menciona también, que los riesgos afectan la capacidad de una entidad de perdurar en el tiempo, competir exitosamente en el medio, mantener su imagen pública y la calidad de sus productos (Bell, 2007). Los miembros del gobierno corporativo tratan de aplicar una combinación de técnicas cuantitativas y cualitativas que permitan acotar la subjetividad en el análisis de los riesgos, teniendo en cuenta la visión y misión de la organización, las estrategias de corto, mediano y largo plazo, los principales procesos y los posibles riesgos (Estupiñan, 2006).

El riesgo debe entenderse siempre en relación con la oportunidad y propensión al mismo. Una vez identificado se deberá evaluar la probabilidad de ocurrencia y el impacto que los mismos pudieran tener en la organización y a posteriormente se realizará la gestión del riesgo (Análisis y Evaluación de Riesgos, 2012).

Tabla 59.

Matriz de riesgos aplicado al modelo de medición de la humanización de la economía empresarial y la responsabilidad social corporativa aplicado a las Pymes del sector de confecciones ubicadas en Bogotá D.C., en las localidades de Puente Aranda y Barrios Unidos.

Leyenda							
			GRAVEDAD (IMPACTO)				
			MUY BAJO 1	BAJO 2	MEDIO 3	ALTO 4	MUY ALTO 5
Proba- bilidad	Muy alta	5	5	10	15	20	25
	Alta	4	4	8	12	16	20
	Media	3	3	6	9	12	15
	Baja	2	2	4	6	8	12
	Muy baja	1	1	2	3	4	5

	Riesgo muy grave: requiere medidas preventivas urgentes. No se debe iniciar el proyecto sin la aplicación de medidas preventivas urgentes y sin acotar sólidamente el riesgo.
	Riesgo importante: medidas preventivas obligatorias. Se deben controlar fuertemente las variables de riesgo durante el proyecto.
	Riesgo apreciable: estudiar económicamente al es posible introducir medidas preventivas para reducir el nivel de riesgo. Si no fuera posible, mantener las variables controladas.
	Riesgo marginal: se vigilará, aunque no requiere medidas preventivas de partida.

Matriz de riesgos Directivos				
Instrumento de evaluación dirigido a nivel: (directivo y estratégico)				
Pregunta	Riesgo			
	Probabilidad (Ocurrencia)	Gravedad (Impacto)	Valor del Riesgo	Nivel de Riesgo
1. ¿El desconocimiento de la humanización de la economía empresarial, puede afectar el trato digno de los trabajadores?	1	5	5	Apreciable
2. ¿Su empresa desconoce y no aplica la responsabilidad social corporativa en su empresa, esto puede perjudicar el clima laboral y la productividad?	2	4	8	Apreciable
3. ¿Sabe usted si su empresa se ve afecta debido al desconocimiento del pacto mundial de las naciones unidas para el desarrollo global?	1	3	3	Apreciable
4. ¿Conoce usted que el pacto mundial de las naciones unidas mide desde lo económico, el desempeño relacionado con informes estándares y monitoreo derechos humanos?	4	2	8	Apreciable
5. ¿En su empresa se aplica alguna política de gobernabilidad corporativa?	3	1	3	Apreciable
6. ¿Sabía usted que la gobernabilidad corporativa se refiere al ámbito general de los derechos de los accionistas?	1	1	1	Marginal

Matriz de riesgos Directivos				
Instrumento de evaluación dirigido a nivel: (directivo y estratégico)				
Pregunta	Riesgo			
	Probabilidad (Ocurrencia)	Gravedad (Impacto)	Valor del Riesgo	Nivel de Riesgo
7. ¿Conoce usted si existe un sistema de gestión ambiental implementado en su empresa?	4	3	12	Importante
8. ¿Conoce usted si existe un modelo de responsabilidad social corporativa implementado en su empresa?	2	2	4	Apreciable
9. ¿Su empresa cuenta con algún departamento, área o cargo de responsabilidad social corporativa?	1	2	2	Marginal
10. ¿Su empresa cumple con los estándares laborales y se tienen como referencia la no discriminación laboral?	3	1	3	Apreciable
11. ¿Conoce usted si su empresa cumple con los estándares laborales y tiene como referencia la capacitación empresarial?	5	5	25	Muy grave
12. ¿Su empresa mitiga el impacto que se genera por la contaminación ambiental?	2	4	8	Apreciable
13. ¿Sabe usted si los empleados se identifican con la empresa y con sus valores?	1	1	1	Marginal

Matriz de riesgos Directivos				
Instrumento de evaluación dirigido a nivel: (directivo y estratégico)				
Pregunta	Riesgo			
	Probabilidad (Ocurrencia)	Gravedad (Impacto)	Valor del Riesgo	Nivel de Riesgo
14. ¿Su empresa conoce y aplica los derechos humanos?	5	1	5	Apreciable
15. ¿Su empresa tiene implementado el sistema de seguridad y salud en el trabajo?	3	3	9	Importante
16. ¿Sabe usted si su empresa paga un salario justo?	1	4	4	Apreciable
17. ¿Percibe su salario como una distribución justa con respecto a los salarios del mercado?	4	4	16	Muy grave
18. ¿Conoce si su empresa aplica medidas anticorrupción?	2	2	4	Apreciable
19. ¿Sabe usted si su empresa cumple y realiza alianzas estratégicas con los grupos de interés con los cuales se encuentra relacionado?	1	2	2	Marginal
20. ¿Su empresa genera impactos económicos directos e indirectos y los mide constantemente?	1	1	1	Marginal
21. ¿Su empresa tiene un sindicato y lo percibe como un riesgo?	2	1	2	Marginal

Matriz de riesgos Directivos				
Instrumento de evaluación dirigido a nivel: (directivo y estratégico)				
Pregunta	Riesgo			
	Probabilidad (Ocurrencia)	Gravedad (Impacto)	Valor del Riesgo	Nivel de Riesgo
22. ¿Su empresa vigila el cumplimiento con respecto a la libertad sindical?	4	5	20	Muy grave
23. ¿Su empresa vigila el cumplimiento y promueve la no explotación del trabajo infantil?	5	3	15	Muy grave
24. ¿Su empresa realiza actividades que permiten reducir el impacto medio ambiental?	1	4	4	Apreciable
25. ¿Su empresa realiza informes para reducir el impacto medio ambiental?	3	2	6	Apreciable
26. ¿Conoce si su empresa ha apoyado alguna causa social en los últimos años?	2	1	2	Marginal
27. ¿Su empresa conoce y aplica los objetivos de desarrollo del milenio?	4		0	Marginal
28. ¿Su empresa reconoce qué significa la gobernanza económica?	5	4	20	Muy grave
29. ¿Su empresa promueve alguna actividad de voluntariado?	4	2	8	Apreciable

Matriz de riesgos Directivos				
Instrumento de evaluación dirigido a nivel: (directivo y estratégico)				
Pregunta	Riesgo			
	Probabilidad (Ocurrencia)	Gravedad (Impacto)	Valor del Riesgo	Nivel de Riesgo
30. ¿Conoce usted si su empresa ha implementado el uso de energías renovables en sus métodos de producción o prestación de servicios?	2	5	10	Importante
31. ¿Sabe usted si su empresa ha implementado el uso de la robótica, automatización y la inteligencia artificial en sus métodos de producción y/o prestación de servicios?	1	1	1	Marginal
32. ¿Conoce usted si su empresa ha realizado despidos masivos?	1	2	2	Marginal
33. ¿Sabe usted si su empresa ha creado y aplicado un ideario ético empresarial?	2	4	8	Apreciable
34. ¿Su empresa se encuentra interesada en incrementar el bienestar de la sociedad?	3	2	6	Apreciable
35. ¿Su empresa tiene como política realizar un informe de rendición de cuentas?	4	1	4	Apreciable

Matriz de riesgos Directivos				
Instrumento de evaluación dirigido a nivel: (directivo y estratégico)				
Pregunta	Riesgo			
	Probabilidad (Ocurrencia)	Gravedad (Impacto)	Valor del Riesgo	Nivel de Riesgo
36. ¿Conoce usted si su empresa ha realizado campañas donde se evidencie actos de cooperación y solidaridad con sus clientes, proveedores y/o empleados?	4	1	4	Apreciable
37. ¿Su empresa promueve planes de retiro y ahorro en las pensiones?	1	1	1	Marginal
38. ¿Considera usted que existen prácticas responsables en su empresa con respecto a la contratación del talento humano, sin el uso ventajoso de los contratos realizados por medio temporales?	4	1	4	Apreciable
39. ¿Considera usted que los empresarios pueden humanizar la economía empresarial y ser competitivos aplicando la responsabilidad social corporativa?	2	1	2	Marginal
40. ¿Sabe usted si su empresa ha implementado la modalidad del Teletrabajo y si esto puede mitigar la situación de pandemia mundial como la actual Covid 19?	2	1	2	Marginal

Fuente: elaboración propia.

Modelo 3. Modelo híbrido de humanización de la economía empresarial y responsabilidad social corporativa aplicado a las empresas Pymes del sector de las confecciones en Bogotá D.C., Colombia

Con el fin de realizar el modelo híbrido de humanización de la economía empresarial y responsabilidad social corporativa, se seleccionó el método de medición más válido e integral para realizar el cálculo a ser aplicado en el sector de las confecciones, para realizar el modelo se tomó como base la revisión de la literatura e identificar los componentes y principios para realizar la medición, los métodos explorados fueron los siguientes:

- **Método de factores ponderados:** el método de factores ponderados permite realizar un análisis cuantitativo para comparar de una manera crítica diferentes opciones o alternativas posibilitando realizar una medición a través de una escala comprendida entre 1 a 100 puntos.
- **Matriz de riesgos:** es una herramienta que permite identificar riesgos significativos inherentes a la actividad empresarial en los procesos de fabricación de productos. Es un instrumento válido para mejorar el control del riesgo y seguridad de la información, este instrumento permite realizar un diagnóstico objetivo y global de empresas de diferentes tamaños y sectores de la actividad. Asimismo, mediante la matriz de riesgo es posible evaluar la efectividad de la gestión de estos, tanto financieros como operativos y estratégicos que están impactando en la misión la organización.

Por otra parte, y siguiendo a Días dos Santos (2008), en la realidad actual de las organizaciones se requieren procesos ágiles y seguros, donde se establezcan controles que identifiquen claramente sus objetivos y aseguren que las posibles interferencias sean prevenidas. Menciona que los riesgos afectan la capacidad de una entidad de perdurar en el tiempo, competir exitosamente en el medio, mantener su imagen pública y la calidad de sus productos.

Los miembros del gobierno corporativo tratan de aplicar una combinación de técnicas cuantitativas y cualitativas que permitan acotar la subjetividad en el análisis de los riesgos, teniendo en cuenta la visión y misión de la organización, las estrategias de corto, mediano y largo plazo, los principales procesos y los posibles riesgos (Albanese, 2012).

El riesgo debe entenderse siempre en relación con la oportunidad y propensión al mismo. Una vez identificado se deberá evaluar la probabilidad de ocurrencia y el impacto que los mismos pudieran tener en la organización y a posteriormente se realizará la gestión del riesgo (Albanese, 2012).

Complementado lo anterior, se seleccionó la herramienta de evaluación matriz de riesgos como propuesta para evaluar la humanización de la economía empresarial y responsabilidad social corporativa en las Pymes del sector de las confecciones en Bogotá D.C. en las localidades de Puente Aranda y Barrios Unidos. En esta matriz de riesgos se formularon 40 preguntas que surgieron a raíz de la revisión de la literatura y la aplicación de las encuestas. A continuación, se presenta un ejemplo de aplicación de la herramienta de evaluación. Se identifican algunos factores de evaluación de acuerdo con la revisión de la literatura, donde se realizó la revisión de autores, teorías y conceptos que permitieran por medio de los documentos consultados diseñar las preguntas pertinentes para ser formulas a los empresarios y directivos de las Pymes del sector de las confecciones. Esto, para captar su interés y lograr que se autoevaluaran por medio de una herramienta original y desarrollada para realizar la respectiva medición. Es importante tener en cuenta que al ser aplicada en este sector o en otros les permitirá realizar una medición que les deje diseñar estrategias empresariales para que logren una competitividad empresarial y se constituya en una gran oportunidad para certificarse en procesos y procedimientos que potencialicen su actividad empresarial.

Tabla 60.
Propuesta de medición por medio de la matriz de riesgos.

Matriz de Riesgos Directivos				
Instrumento de evaluación dirigido a nivel: (Directivo y Estratégico)				
Pregunta	Riesgo			
	Probabilidad (Ocurrencia)	Gravedad (Impacto)	Valor del Riesgo	Nivel de Riesgo
1. ¿El desconocimiento de la humanización de la economía empresarial, puede afectar el trato digno de los trabajadores?	1	5	5	Apreciable
2. ¿Su empresa desconoce y no aplica la responsabilidad social corporativa en su empresa, esto puede perjudicar el clima laboral y la productividad?	2	4	8	Apreciable
3. ¿Sabe usted si su empresa se ve afecta debido al desconocimiento del pacto mundial de las naciones unidas para el desarrollo global?	1	3	3	Apreciable
4. ¿Conoce usted que el pacto mundial de las naciones unidas mide desde lo económico, el desempeño relacionado con informes estándares y monitoreo derechos humanos?	4	2	8	Apreciable

Matriz de Riesgos Directivos				
Instrumento de evaluación dirigido a nivel: (Directivo y Estratégico)				
Pregunta	Riesgo			
	Probabilidad (Ocurrencia)	Gravedad (Impacto)	Valor del Riesgo	Nivel de Riesgo
5. ¿En su empresa se aplica alguna política de gobernabilidad corporativa?	3	1	3	Apreciable
6. ¿Sabía usted que la gobernabilidad corporativa se refiere al ámbito general de los derechos de los accionistas?	1	1	1	Marginal
7. ¿Conoce usted si existe un sistema de gestión ambiental implementado en su empresa?	4	3	12	Importante
8. ¿Conoce usted si existe un modelo de responsabilidad social corporativa implementado en su empresa?	2	2	4	Apreciable
9. ¿Su empresa cuenta con algún departamento, área o cargo de responsabilidad social corporativa?	1	2	2	Marginal
10. ¿Su empresa cumple con los estándares laborales y se tienen como referencia la no discriminación laboral?	3	1	3	Apreciable

Matriz de Riesgos Directivos				
Instrumento de evaluación dirigido a nivel: (Directivo y Estratégico)				
Pregunta	Riesgo			
	Probabilidad (Ocurrencia)	Gravedad (Impacto)	Valor del Riesgo	Nivel de Riesgo
11. ¿Conoce usted si su empresa cumple con los estándares laborales y tiene como referencia la capacitación empresarial?	5	5	25	Muy grave
12. ¿Su empresa mitiga el impacto que se genera por la contaminación ambiental?	2	4	8	Apreciable
13. ¿Sabe usted si los empleados se identifican con la empresa y con sus valores?	1	1	1	Marginal
14. ¿Su empresa conoce y aplica los derechos humanos?	5	1	5	Apreciable
15. ¿Su empresa tiene implementado el sistema de seguridad y salud en el trabajo?	3	3	9	Importante
16. ¿Sabe usted si su empresa paga un salario justo?	1	4	4	Apreciable
17. ¿Percibe su salario como una distribución justa con respecto a los salarios del mercado?	4	4	16	Muy grave

Matriz de Riesgos Directivos				
Instrumento de evaluación dirigido a nivel: (Directivo y Estratégico)				
Pregunta	Riesgo			
	Probabilidad (Ocurrencia)	Gravedad (Impacto)	Valor del Riesgo	Nivel de Riesgo
18. ¿Conoce si su empresa aplica medidas anticorrupción?	2	2	4	Apreciable
19. ¿Sabe usted si su empresa cumple y realiza alianzas estratégicas con los grupos de interés con los cuales se encuentra relacionado?	1	2	2	Marginal
20. ¿Su empresa genera impactos económicos directos e indirectos y los mide constantemente?	1	1	1	Marginal
21. ¿Su empresa tiene un sindicato y lo percibe como un riesgo?	2	1	2	Marginal
22. ¿Su empresa vigila el cumplimiento con respecto a la libertad sindical?	4	5	20	Muy grave
23. ¿Su empresa vigila el cumplimiento y promueve la no explotación del trabajo infantil?	5	3	15	Muy grave
24. ¿Su empresa realiza actividades que permiten reducir el impacto medio ambiental?	1	4	4	Apreciable
25. ¿Su empresa realiza informes para reducir el impacto medio ambiental?	3	2	6	Apreciable

Matriz de Riesgos Directivos				
Instrumento de evaluación dirigido a nivel: (Directivo y Estratégico)				
Pregunta	Riesgo			
	Probabilidad (Ocurrencia)	Gravedad (Impacto)	Valor del Riesgo	Nivel de Riesgo
26. ¿Conoce si su empresa ha apoyado alguna causa social en los últimos años?	2	1	2	Marginal
27. ¿Su empresa conoce y aplica los objetivos de desarrollo del milenio?	4		0	Marginal
28. ¿Su empresa reconoce qué significa la gobernanza económica?	5	4	20	Muy grave
29. ¿Su empresa promueve alguna actividad de voluntariado?	4	2	8	Apreciable
30. ¿Conoce usted si su empresa ha implementado el uso de energías renovables en sus métodos de producción o prestación de servicios?	2	5	10	Importante
31. ¿Sabe usted si su empresa ha implementado el uso de la robótica, automatización y la inteligencia artificial en sus métodos de producción y/o prestación de servicios?	1	1	1	Marginal
32. ¿Conoce usted si su empresa ha realizado despidos masivos?	1	2	2	Marginal

Matriz de Riesgos Directivos				
Instrumento de evaluación dirigido a nivel: (Directivo y Estratégico)				
Pregunta	Riesgo			
	Probabilidad (Ocurrencia)	Gravedad (Impacto)	Valor del Riesgo	Nivel de Riesgo
33. ¿Sabe usted si su empresa ha creado y aplicado un ideario ético empresarial?	2	4	8	Apreciable
34. ¿Su empresa se encuentra interesada en incrementar el bienestar de la sociedad?	3	2	6	Apreciable
35. ¿Su empresa tiene como política realizar un informe de rendición de cuentas?	4	1	4	Apreciable
36. ¿Conoce usted si en su empresa se han realizado campañas donde se evidencien actos de cooperación y solidaridad con sus clientes, proveedores y/o empleados?	4	1	4	Apreciable
37. ¿Su empresa promueve planes de retiro y ahorro pensional?	1	1	1	Marginal
38. ¿Considera usted que existen prácticas responsables en su empresa con respecto a la contratación del talento humano, sin el uso ventajoso de los contratos realizados por medio temporales?	4	1	4	Apreciable

Matriz de Riesgos Directivos				
Instrumento de evaluación dirigido a nivel: (Directivo y Estratégico)				
Pregunta	Riesgo			
	Probabilidad (Ocurrencia)	Gravedad (Impacto)	Valor del Riesgo	Nivel de Riesgo
39. ¿Considera usted que los empresarios pueden humanizar la economía empresarial y ser competitivos aplicando la responsabilidad social corporativa?	2	1	2	Marginal
40. ¿Sabe usted si su empresa ha implementado la modalidad del Teletrabajo y si esto puede mitigar la situación de pandemia mundial como la actual covid-19?	2	1	2	Marginal

Fuente: elaboración propia.

Teniendo en cuenta la revisión de la literatura se construyó el modelo híbrido para la medición de la humanización de la economía empresarial y la responsabilidad social corporativa aplicada a las Pymes del sector de confecciones ubicadas en Bogotá D.C., en las localidades de Puente Aranda y Barrios Unidos, este modelo se generó como una herramienta de medición de la matriz de riesgos, donde se identificaron cuatro categorías de riesgos, desde muy grave, importante, apreciable, y marginal.

En escala mundial las organizaciones y sus partes interesadas son cada vez más conscientes de la necesidad y los beneficios de un comportamiento socialmente responsable. El objetivo de la responsabilidad social es contribuir al desarrollo sostenible.

El desempeño de una organización en relación con la sociedad en la que opera y con su impacto sobre el medio ambiente se ha convertido en una parte crítica al medir su desempeño integral y su habilidad para continuar operando de manera eficaz. En parte, esto es reflejo del creciente reconocimiento de la necesidad de asegurar ecosistemas saludables, equidad social y buena gobernanza de las organizaciones. En el largo plazo, todas las actividades de las organizaciones dependen de la salud de los ecosistemas mundiales.

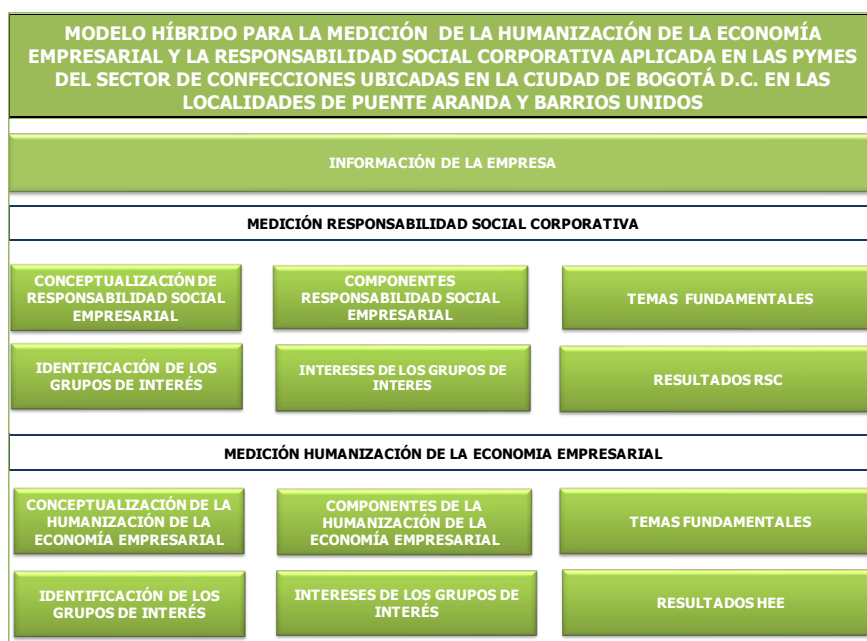
Las organizaciones están sometidas a un escrutinio cada vez mayor por parte de sus diversas partes interesadas. Tanto la percepción que se tenga acerca del desempeño de una organización en materia de responsabilidad social, como su desempeño real pueden influir en alguna de las siguientes formas:

- Ventaja competitiva.
- Valor agregado.
- Saber hacer *know-how*.
- Buena voluntad *goodwill*.
- Fortalecimiento de la marca.
- Reputación.
- Atraer y retener a trabajadores o miembros de la organización, clientes o usuarios.
- Mantener la motivación, compromiso y productividad de los empleados.
- Percepción de los inversionistas, propietarios, donantes, patrocinadores y la comunidad financiera.
- Fortalecimiento de las relaciones con empresas, gobiernos, medios de comunicación, proveedores, organizaciones pares, clientes y la comunidad donde opera.

A continuación, se presenta el aplicativo desarrollado en una hoja de cálculo, archivo digital al que se puede acceder en línea por parte de las empresas que deseen obtener una posible certificación, este modelo híbrido humanización de la economía empresarial y la responsabilidad social corporativa aplicado a las Pymes del sector de las confesiones en Bogotá D.C., se conforma de componentes y principios identificados en esta publicación y relacionados con la humanización de la economía empresarial y responsabilidad social corporativa.

Con el fin de elaborar esta propuesta se diseñó el modelo híbrido de la humanización de la economía empresarial y la responsabilidad social corporativa, se tomó como referencia la guía metodológica del Instituto Uruguayo de Normas Técnicas. Norma ISO Guía sobre Responsabilidad Social ISO 26.000, el cual, se consultó el 15 de febrero de 2011 en el sitio web del Instituto Uruguayo de Normas Técnicas. y el documento publicado en la Universidad del Rosario en el Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación, en el que se formula la base para la construcción de una sociedad más justa, fundamentada en el papel que juegan las empresas a la luz de la norma ISO 26.000 (Aguilar y Torres, 2012).

Tabla 61.
Propuesta modelo híbrido de la humanización de la economía empresarial y la responsabilidad social corporativa.



Nota: se puede consultar en: <https://docs.google.com/spreadsheets/d/e/2PACX-1vRd14mMhpANmFf5t4T3JWydTgsxu3LAUZumNWLcp-Cvt0Q6QCbCKIUSvAtgNBACyng/pubhtml>.

Fuente: elaboración propia.

Este modelo híbrido para la medición de la humanización de la economía empresarial y la responsabilidad social corporativa aplicado en las Pymes del sector de confecciones ubicadas en Bogotá D.C., en las localidades de Puente Aranda y Barrios Unidos, es un herramienta metodológica que permite la medición de los componentes y principios que hacen parte de la medición de la humanización de la economía empresarial y la responsabilidad social corporativa, esta herramienta posibilita realizar modelos y análisis cuantitativos. En esta se registraron los conceptos relacionados con la humanización de la economía empresarial y la responsabilidad social corporativa, para lograr su desarrollo se identificaron los componentes a ser evaluados y se reconocieron los temas fundamentales a ser evaluados, los cuales se subdividen en aspectos de evaluación.

Esta metodología igualmente permite identificar los grupos y sus intereses. En esta se puede realizar la medición de los componentes a evaluar y a su vez realizar una comparación de los componentes evaluados. Otro gran aporte de esta herramienta es que deja realizar una medición cuantitativa de donde se obtienen calificaciones para cada uno de los factores en los que los directivos y empresarios pueden evaluar sus empresas desde la humanización de la economía empresarial y responsabilidad social corporativa.

Con el fin de evaluar las Pymes se aconseja obtener un respectivo acompañamiento desde donde se puedan identificar los factores de la humanización de la economía empresarial y la responsabilidad social corporativa que permitan posicionar la empresa como una organización competitiva, humana empresarialmente, sostenible y sustentable.

De acuerdo con lo anterior, los empresarios y directivos podrán crear planes estratégicos, de acción y de mejoramiento que permita posicionar sus empresas, mejorando la productividad y la competitividad organizacional con un sentido más humano y sustentable.

Cómo medir la responsabilidad social corporativa (RSC)

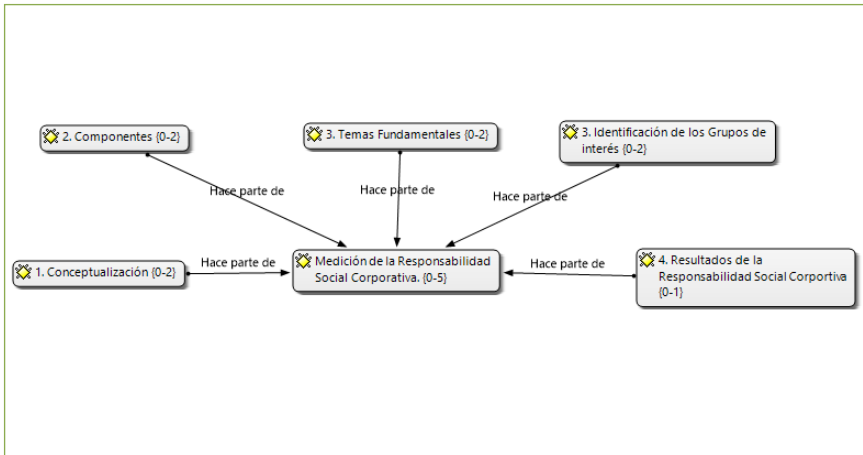
Con el fin de desarrollar el modelo híbrido de humanización de la economía empresarial y la responsabilidad social corporativa para las

Pymes del sector de las confecciones, se tomó como referencia la norma ISO:26.000, de acuerdo a lo establecido en el documento del Organismo Internacional de Normalización que ofrece a las organizaciones orientación sobre la aplicación de la Responsabilidad Social (RS), y consagra que la Responsabilidad Social Corporativa (RSE), es el conjunto de prácticas y políticas de orden económico, social y medio ambiental que son, en su mayoría, de carácter voluntario, lo cual, ha dejado de ser en Colombia una simple actitud filantrópica para convertirse en un modelo de gestión que se impone cada vez con más fuerza y fortalece la competitividad de las empresas en el mercado. Por otra parte, el Artículo 125 del Estatuto Tributario, preceptúa que los contribuyentes del impuesto de renta que estén obligados a presentar declaración de renta y complementarios dentro del país, tienen derecho a deducir de la renta el valor de las donaciones efectuadas durante el año o período gravable.

De acuerdo con lo anterior, se presentan a continuación, los diferentes principios que hacen parte del modelo de medición de la responsabilidad social corporativa según lo establecido en la Guía ISO 26.000 que propone que todas las organizaciones adopten una conducta socialmente responsable que contribuya al desarrollo sostenible de la sociedad en la que se encuentra inmersa. Es por esto, que se proponen siete principios básicos, los cuales, toda organización debe tener en cuenta, con el fin de maximizar su contribución a la sociedad.

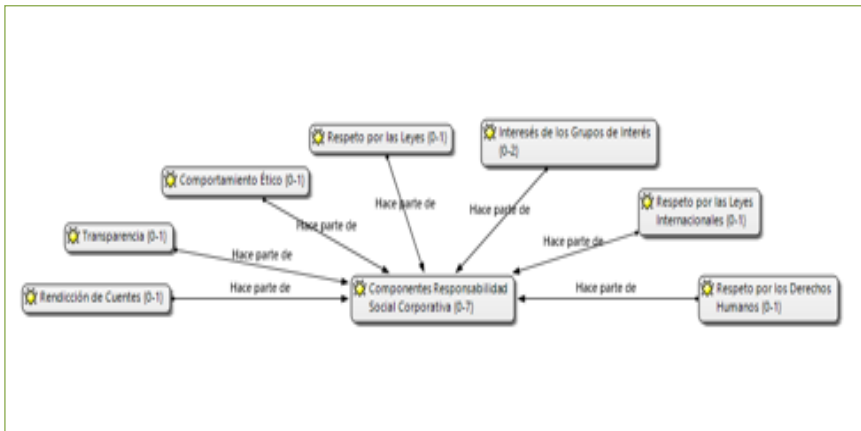
A continuación se presentan los principios que se incluyeron en la herramienta para la medición del modelo híbrido de humanización de la economía empresarial y la responsabilidad social corporativa aplicado en el sector de las confecciones en Bogotá D.C., en las localidades de Puente Aranda y Barrios Unidos, estos componentes se identificaron al realizar la revisión de la literatura que permitió su reconocimiento, igualmente se consultaron artículos científicos, bases de datos especializadas y libros físicos y digitales con el fin de distinguir en los textos analizados cuáles debían ser los componentes para realizar la medición.

Figura 67.
Medición de la responsabilidad social corporativa.



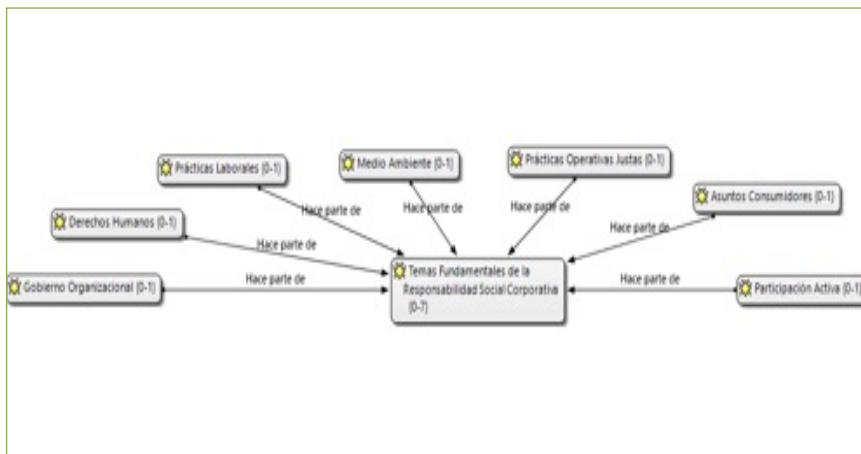
Fuente: elaboración propia.

Figura 68.
Componentes responsabilidad social corporativa.



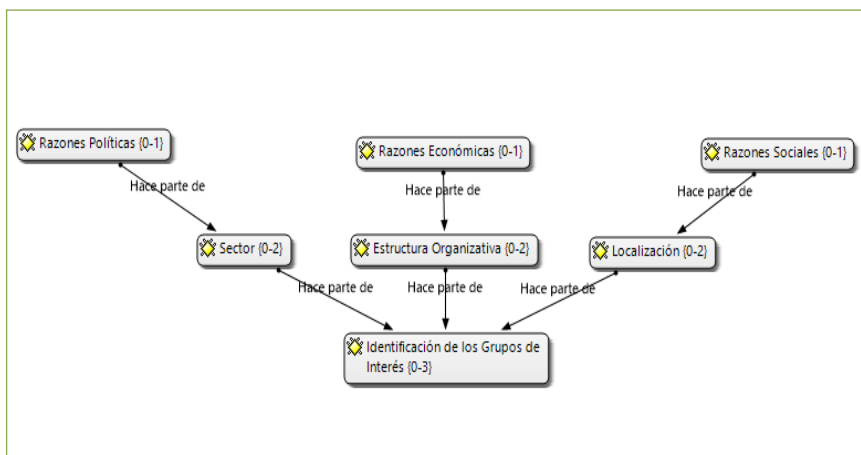
Fuente: elaboración propia.

Figura 69.
Temas fundamentales de la responsabilidad social corporativa.



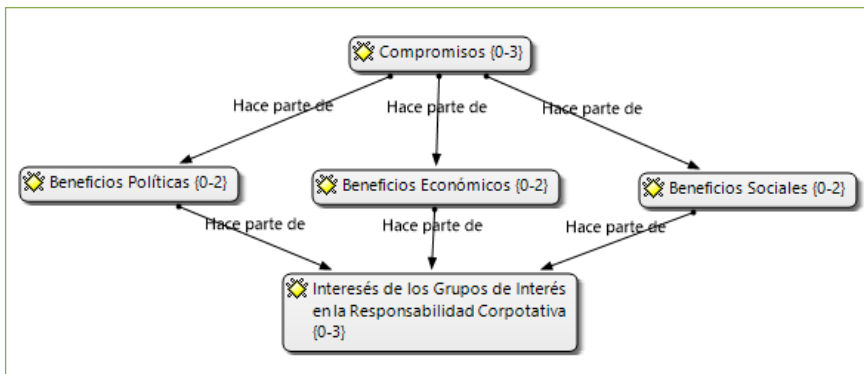
Fuente: elaboración propia.

Figura 70.
Identificación de los grupos de interés en la responsabilidad social corporativa.



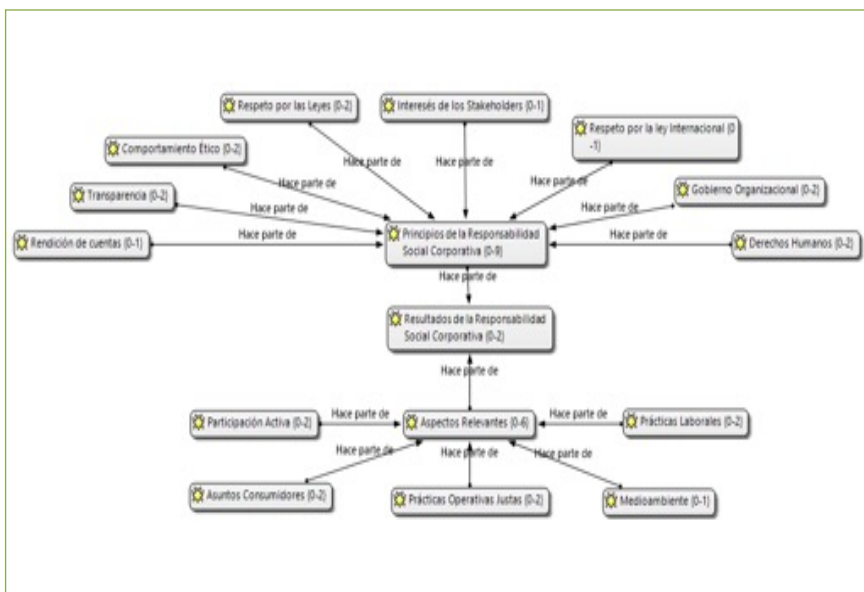
Fuente: elaboración propia.

Figura 71.
Intereses de los grupos de interés en la responsabilidad social corporativa.



Fuente: elaboración propia.

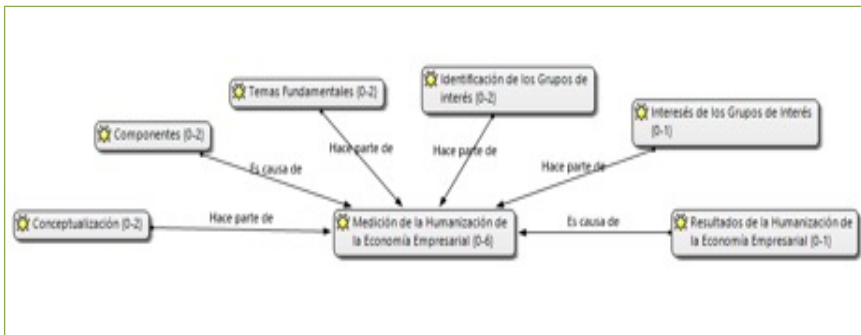
Figura 72.
Resultados de la responsabilidad social corporativa.



Fuente: elaboración propia.

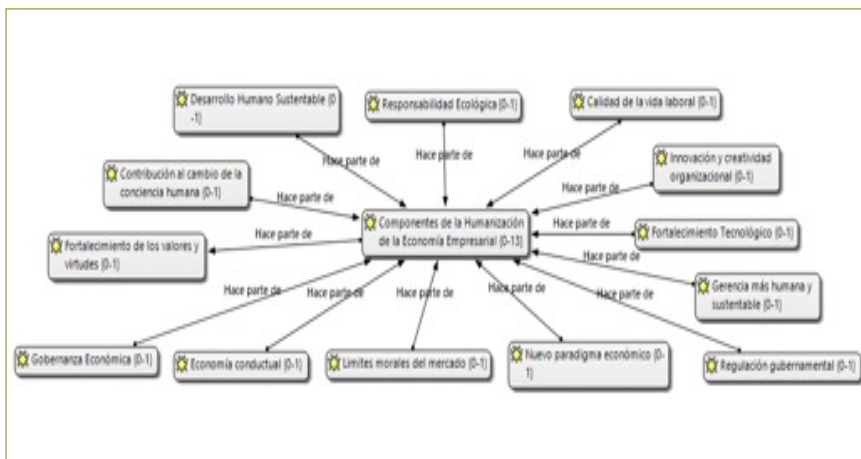
Cómo medir la humanización de la economía empresarial (HEE)

Figura 73.
Medición de la humanización de la economía empresarial.



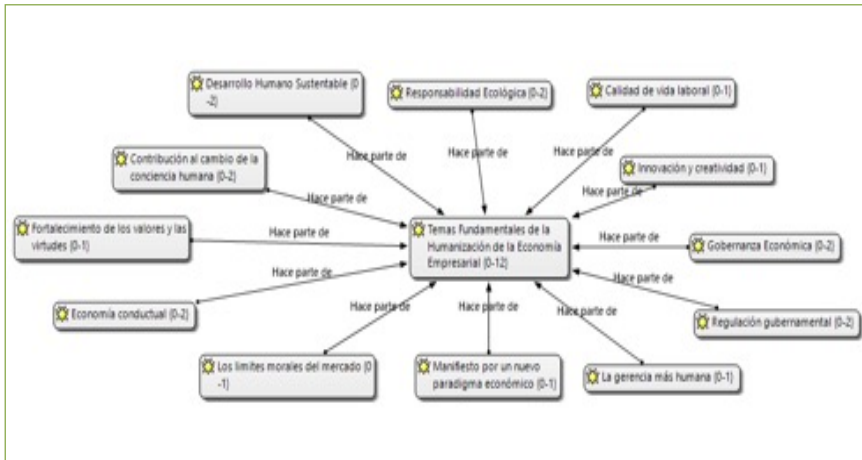
Fuente: elaboración propia.

Figura 74.
Componentes de la humanización de la economía empresarial.



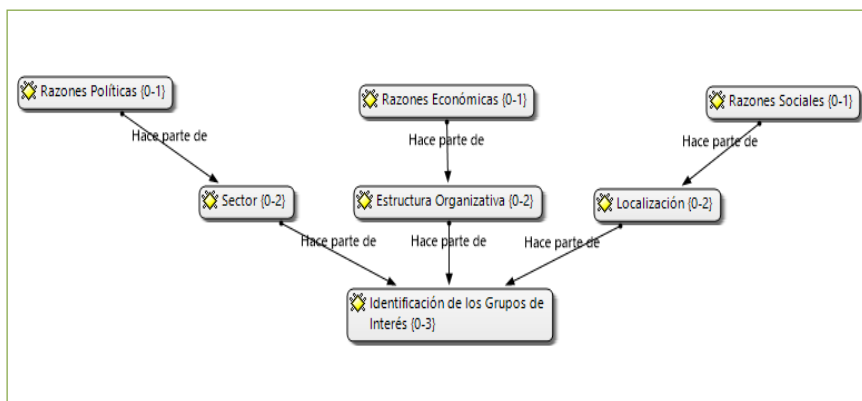
Fuente: elaboración propia.

Figura 75.
Temas fundamentales de la humanización de la economía empresarial.



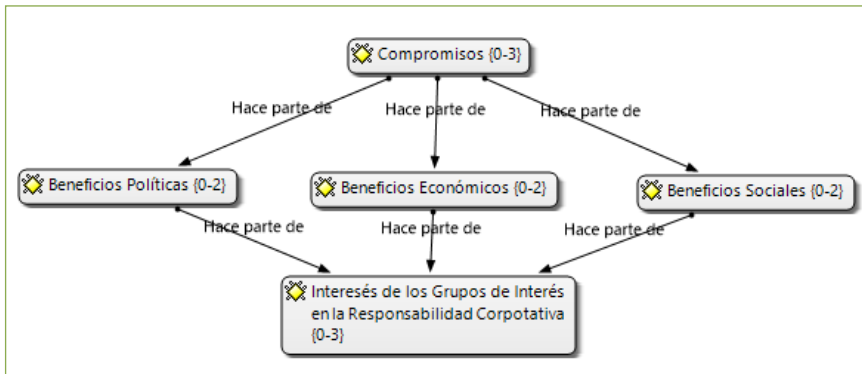
Fuente: elaboración propia.

Figura 76.
Identificación de los grupos de interés en la humanización de la economía empresarial.



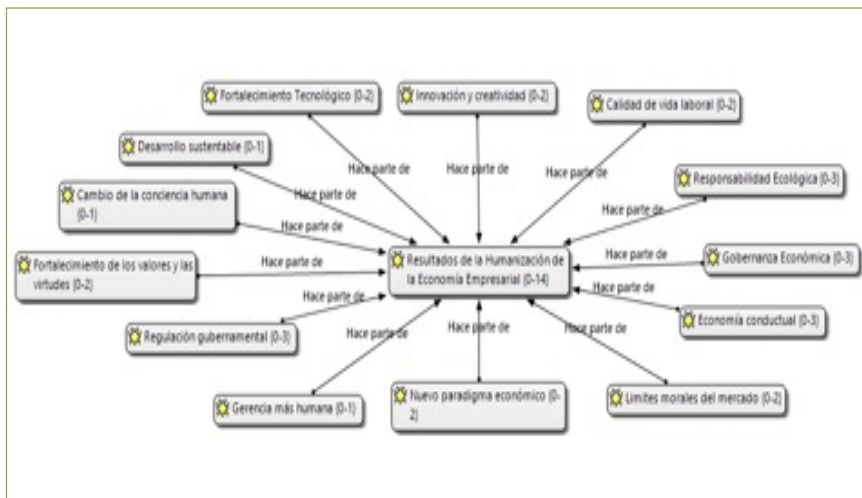
Fuente: elaboración propia.

Figura 77.
Intereses de los grupos de intereses de la humanización de la economía empresarial.



Fuente: elaboración propia.

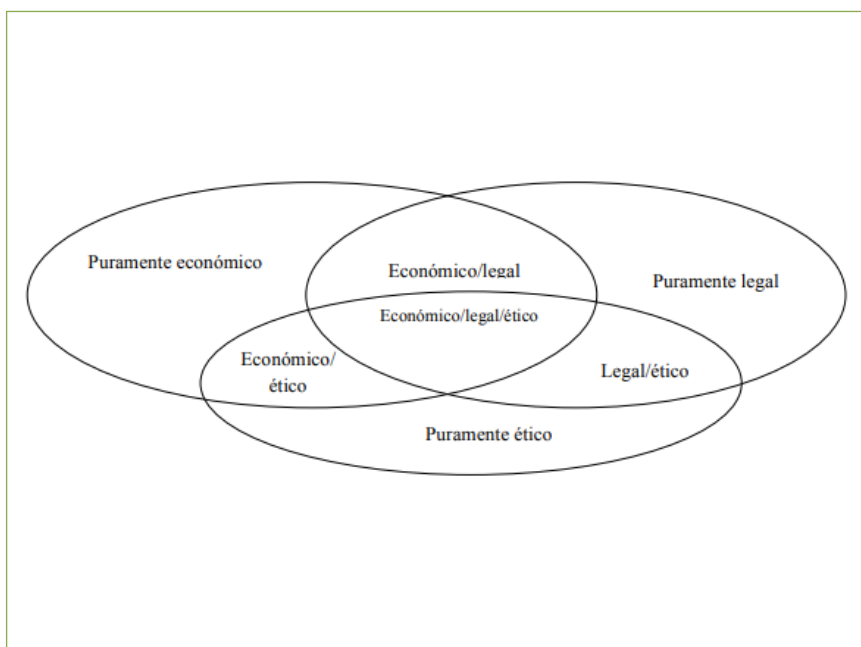
Figura 78.
Resultados de la humanización de la economía empresarial.



Fuente: elaboración propia.

El modelo de Schwartz (2011) propone una herramienta para analizar estos tres dominios en las prácticas organizacionales. Se espera evidenciar que la RSE solo se alcanzaría en la medida en que la interacción entre los dominios ético, legal y económico se conciba de manera balanceada, es decir, que las determinaciones organizacionales no se orienten de modo preferencial hacia dominios específicos.

Figura 79.
Modelo de Schwartz.



Fuente: Schwartz et al., et al., (2011).

El modelo de gestión RSE trata de combinar beneficios y principios empresariales que mejoran las relaciones con los grupos afectados por la actividad empresarial. La base del modelo se encuentra en el conjunto de políticas transversales y buenas prácticas verificables, tanto internas como externas, alineadas a los valores y principios organizacionales. Con estas acciones la empresa mejora su competitividad, sustentabilidad y la calidad de vida de sus grupos de interés (Brown, 2010).

Figura 80.
Principios de la responsabilidad social empresarial.



Fuente: Organización Internacional de Normalización [ISO] 26000 (2010).

Se consultaron varios documentos donde se identificaron los siete principios que hacen parte de la responsabilidad social empresarial: rendición de cuentas, transparencia, comportamiento ético, respeto por las leyes, intereses de los grupos de interés, respeto por las leyes internacionales y respeto por los derechos humanos los cuales se describen continuación.

Tabla 62.

Principios de la responsabilidad social empresarial.

<p>1. Rendición de cuentas</p>	<p>¿En su empresa hay un proceso de rendición de cuentas en temas de RSE?</p> <p>Tiene mediciones acerca del impacto de sus decisiones dentro de la compañía.</p> <p>Tiene mediciones acerca del impacto de sus decisiones en la sociedad.</p> <p>Tiene mediciones acerca del impacto de sus decisiones en el medio ambiente.</p> <p>Cuando toma una decisión con un impacto negativo, tienen algún plan para evitar la repetición de este impacto.</p>
<p>2. Transparencia</p>	<p>La sociedad conoce el propósito, naturaleza y ubicación de su compañía.</p> <p>Tienen manual de funcionamiento para todas y cada una de las personas que trabajan en la organización.</p> <p>Tienen un sistema de evaluación interno, donde la organización evalúe su propio desempeño en cuanto a las actividades desarrolladas durante la implementación de la responsabilidad social.</p> <p>Generan y presentan informes ante las autoridades, acerca de la procedencia de los recursos.</p> <p>Tiene mecanismos de comunicación para que la comunidad conozca los procesos implementados a través de la RS.</p> <p>Tienen sistemas de evaluación a los proveedores, donde se garanticen que todas sus actividades son transparentes.</p> <p>Tienen sistemas de evaluación a los clientes, donde se garanticen que todas sus actividades son transparentes.</p>

3. Comportamiento ético

En el proceso de toma de decisiones de su organización tienen estructuras organizacionales que ayuden a promover un comportamiento ético.

Tienen un código de conducta, donde se garantice que toda la organización esté teniendo un comportamiento ético

¿Anima y promueve la retroalimentación por parte de sus clientes en cuanto a sus estándares de comportamiento ético?

¿Anima y promueve la retroalimentación por parte de sus proveedores en cuanto a sus estándares de comportamiento ético?

¿Anima y promueve la retroalimentación por parte de las instituciones gubernamentales en cuanto a sus estándares de comportamiento ético?

¿Anima y promueve la retroalimentación por parte de sus empleados en cuanto a sus estándares de comportamiento ético?

De acuerdo con la actividad propia de la organización, se asegura que los miembros de ésta no tengan conflictos de interés que puedan generar un comportamiento no ético.

Tiene una metodología para disminuir al máximo el riesgo que la organización incurra en un comportamiento no ético.

La organización es capaz de corregirse a sí misma, dado el caso de incurrir en un comportamiento no ético.

Dentro de su organización existe algún mecanismo para facilitar la denuncia de un comportamiento poco ético, sin temor a represalia.

El desarrollo de sus actividades asegura un impacto positivo en la cultura, integridad y valores, de su zona de influencia.

<p>3. Comportamiento ético</p>	<p>Adopta y aplica las normas internacionalmente reconocidas de conducta ética al manejar (llevar a cabo) un estudio con seres humanos.</p> <p>Adopta y aplica de normas internacionalmente reconocidas de conducta ética para realizar investigación con animales.</p>
<p>4. Respeto por las leyes</p>	<p>Tienen en su organización un departamento legal o en su defecto un asesor.</p> <p>Conoce usted el marco jurídico, bajo es cual se rige su organización.</p> <p>Sabe usted que mecanismos punitivos tiene la legislación local donde opera la organización.</p> <p>En su organización, se aseguran de que los miembros conozcan la legislación local acerca de las actividades propias.</p> <p>Tienen mecanismos que autorregulen la actividad propia de la naturaleza propia de la organización.</p> <p>Tiene mecanismos que garanticen la correcta información acerca del sistema legal local.</p> <p>Tiene alguna metodología para garantizar que todas las actividades de la compañía se están desempeñando bajo la correcta legislación local.</p> <p>Cumple su organización con todos los requerimientos legales.</p>
<p>5. Intereses de los grupos de interés</p>	<p>Conoce qué es un grupo de interés.</p> <p>Conoce sus grupos de interés.</p> <p>Tiene clasificadas las características propias de sus grupos de interés.</p> <p>La organización ha realizado actividades con el fin de conocer los intereses de sus grupos de interés.</p> <p>La organización conoce y entiende los intereses de sus grupos de interés.</p>

<p>5. Intereses de los grupos de interés</p>	<p>La organización tiene la capacidad de responder a las solicitudes generadas por estos grupos de interés.</p> <p>Entiende usted que los grupos de interés pueden alterar su actividad.</p> <p>Entiende usted la relación que hay entre los grupos de interés y el resto de la sociedad.</p> <p>Tiene un programa que garantice las necesidades actuales de sus grupos de interés sin comprometer las posibilidades de atender las necesidades futuras.</p> <p>Considera usted importante que los grupos de interés sean entendidos como una parte vital dentro de la organización.</p> <p>Toma usted en cuenta los intereses de sus grupos de interés a la hora de tomar alguna decisión.</p> <p>Tiene sistemas de información que le permitan entender las necesidades de sus grupos de interés.</p> <p>Tiene en cuenta las decisiones que estos toman para usted cambiar su estrategia.</p>
<p>6. Respeto por las leyes internacionales</p>	<p>Conoce usted el marco jurídico internacional, bajo es cual se rige su organización.</p> <p>Sabe usted que mecanismos punitivos tiene la legislación internacional.</p> <p>En su organización, se aseguran de que los miembros conozcan la legislación internacional acerca de las actividades propias.</p> <p>En caso de que la que la legislación local no promueva la seguridad necesaria en temas sociales y ambientales, la organización respeta las normas internacionales.</p> <p>Tiene alguna metodología para garantizar que todas las actividades de la compañía se están desempeñando bajo la correcta legislación internacional.</p> <p>Se aseguran de que todas las actividades estén enmarcadas en un ámbito jurídico internacional.</p>

7. Respeto por los derechos humanos

Conoce usted la carta de declaración de los Derechos Humanos.

En su empresa respetan la carta de los Derechos Humanos.

En situaciones donde los derechos humanos nos están siendo protegidos su organización tienen mecanismos para protegerlos.

En situaciones donde la legislación local no pueda asegurar la protección de los derechos humanos, usted está en capacidad de asegurar que estos se respeten.

Fuente: elaboración propia.

Al iniciar esta propuesta se identificó que existían muy pocos autores y documentos escritos acerca del concepto de humanización de la economía empresarial. Es el caso de Elinor Ostrom premio nobel en 2019, quien es considerada una de las estudiosas más destacadas en el área de recursos compartidos o bienes comunes, en particular, en cómo los seres humanos interactúan con el fin de mantener a largo plazo los niveles de producción de recursos comunes. También, está el economista estadounidense Richard Thaler premio nobel de economía en 2017, reconocido por sus contribuciones en el área de economía del comportamiento humano en temas de economía y psicología. Con todo, al realizar la revisión de la literatura se consultaron varios documentos, artículos, científicos, libros físicos y digitales, autores y teorías que permitieron no solo conceptualizar la humanización de la economía empresarial sino también aplicarla.

Es importante recordar que estos principios hacen parte de los componentes identificados para la elaboración del modelo de humanización de la economía empresarial y responsabilidad social corporativa. Aquellos que se identificaron para medir y evaluar la humanización de la economía empresarial son los siguientes:

Tabla 63.
***Descripción de componentes de la humanización
de la economía empresarial.***

Componente	Descripción
Componente gestión antropológica	Responsabilidad que deben asumir las organizaciones, en el cumplimiento de los estándares laborales, identificación de los colaboradores con los valores empresariales, cumplimiento de los derechos humanos, alianzas estratégicas y medidas anticorrupción.
Componente gestión ambiental	Interés en mitigar la contaminación ambiental, reducción del impacto ambiental, rendición de informes de gestión ambiental y conocimiento que se debe tener sobre los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODS).
Componente gestión tecnológica	Medición del impacto en la implementación de la robótica, inteligencia artificial y automatización en los métodos de producción y/o prestación de los servicios.
Componente gestión económica	Concepción que se tiene sobre el concepto de humanización de la economía empresarial, concepto de responsabilidad social corporativa, conocimiento que se tiene del pacto mundial de las naciones unidas, y contribución e implementación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en las Pymes del sector de las confecciones.
Componente gestión corporativa	Cumplimiento de las políticas públicas y diseño de leyes y normas para la organización, certificaciones obtenidas para su mejoramiento continuo, existencia del código de ética e implementación de la responsabilidad social corporativa.

Fuente: elaboración propia.

A continuación, se presentan los 13 principios para aplicar el concepto de la humanización de la economía empresarial:

Figura 81.
Principios identificados para desarrollar el modelo de humanización de la economía empresarial.



Fuente: elaboración propia.

Tabla 64.
Principios de la humanización de la economía empresarial.

<p>1. Fortalecimiento de los valores y las virtudes</p>	<p>¿Su empresa promueve la formación no solo de conocimientos científicos y técnicos, sino también actitudes y valores?</p> <p>¿Alguna vez la empresa ha coaccionado algún empleado en sus convicciones éticas y religiosas?</p> <p>¿Su empresa actual con comportamiento ético y respeto a los intereses de las partes interesadas y de los Derechos Humanos?</p>
--	--

<p>1. Fortalecimiento de los valores y las virtudes</p>	<p>¿En su empresa existe un constante dialogo con respecto a la importancia y el fortalecimiento de los valores?</p> <p>¿Conoce algún acto de generosidad realizado por la empresa con la comunidad?</p>
<p>2. Contribución al cambio de la conciencia humana.</p>	<p>¿Su empresa ha realizado alguna actividad, proyectos o campaña que promueva formación humanística de los empleados o de la sociedad?</p> <p>¿Su empresa además de medir sus capacidades promueve el respeto y reconocimiento por la dignidad humana?</p> <p>¿Su empresa genera participación en la vida social, económica, política y ambiental, generando con conciencia y libre elección para trascender con responsabilidad individual y colectiva?</p> <p>¿Su empresa se preocupa por la armonía, espiritualidad de los trabajadores?</p> <p>¿A su empresa le importa más los ingresos que las soluciones que le ofrece a la sociedad en el momento de fabricar sus productos y/o servicios?</p>
<p>3. Desarrollo humano sustentable.</p>	<p>¿Su empresa ha mejorado las condiciones y calidad de vida de sus trabajadores (activos tangibles e intangibles: humanos, sociales, físicos, naturales y financieros)?</p> <p>¿Su empresa trabaja en conjunto con las organizaciones (conjunto de individuos con identidad cultural y propósito común)?</p> <p>¿Su empresa cumple con reglas formales e informales y establece mecanismos para su cumplimiento?</p> <p>¿Su empresa aplica y/o apoya proyectos de economía solidaria?</p> <p>¿Su empresa promueve la democracia ciudadana?</p>

<p>4. Responsabilidad ecológica.</p>	<p>¿Su empresa promueve la formación ambiental para el desarrollo sostenible?</p> <p>¿Su empresa genera actitudes de cambio que impliquen el rechazo a determinados comportamientos irresponsables con el mantenimiento de la integridad ecológica de los ecosistemas?</p> <p>¿Su empresa genera estrategias para mitigar los efectos del cambio global y se adapta mejor a ellos?</p> <p>¿Su empresa ha generado políticas de responsabilidad ecológica?</p> <p>¿Su empresa cuenta actualmente con un Sistema de Gestión Ambiental (SGA)?</p>
<p>5. Calidad de vida laboral.</p>	<p>¿Su empresa promueve la satisfacción personal y profesional existente en el desempeño del puesto de trabajo?</p> <p>¿Su empresa fortalece el aprendizaje en el lugar de trabajo de acuerdo con el artículo 21 de la Ley 50 de 1990 donde se establece que en las empresas con más de 50 trabajadores y cuya jornada sea de 48 horas a la semana, los trabajadores tendrán derecho a que 2 horas de dicha jornada se dediquen, por cuenta del empleador, a actividades recreativas, culturales, deportivas o de capacitación?</p> <p>¿Su empresa apoya a los empleados en los procesos de transición y cambio laboral?</p> <p>¿Su empresa promueve la construcción de la cooperación, la mejora de los entornos de trabajo?</p> <p>¿Su empresa genera un ambiente excelente para los empleados y esto contribuye a la salud económica de la organización?</p>

<p>6. Innovación y creatividad organizacional.</p>	<p>¿Su empresa promueve el concepto de innovación enfocada a la implementación tecnológica de nuevos productos y procesos?</p> <p>¿Es la creatividad organizacional un elemento clave para el proceso de gestión de la innovación en el desarrollo de nuevos productos para el sector Pymes?</p> <p>¿Su empresa promueve la utilización de herramientas y técnicas de gestión de la innovación?</p> <p>¿Su empresa desarrollo productos innovadores teniendo presente el impacto medio ambiental que pueden generar?</p> <p>¿En el diseño de productos y/o servicios su empresa aplica la innovación, investigación y desarrollo con el fin de mitigar el impacto medio ambiental?</p>
<p>7. Fortalecimiento tecnológico.</p>	<p>¿Su empresa ha mejorado los procesos dignificando la labor del trabajador incorporando la tecnología como factor clave en el avance tecnológico robótica?</p> <p>¿Su empresa ha mejorado los procesos dignificando la labor del trabajador incorporando la tecnología como factor clave en el avance tecnológico inteligencia artificial?</p> <p>¿Su empresa ha mejorado los procesos dignificando la labor del trabajador incorporando la tecnología como factor clave en el avance tecnológico automatización)?</p> <p>¿A causa del avance tecnológico y de la incorporación de esta se han causado despidos sin justa causa?</p> <p>¿Se han generado en su empresa nuevos puestos de trabajo a razón del cambio tecnológico?</p>

<p>8. Gobernanza económica.</p>	<p>¿Su empresa ha identificado recursos comunes al servicio de la sociedad?</p> <p>¿Su empresa promueve el control del intercambio económico injusto?</p> <p>¿Su empresa promueve el acceso a los mercados?</p> <p>¿Su empresa se realiza una correcta distribución de beneficios con todos los miembros de la cadena de valor?</p> <p>¿Su empresa identifica los sistemas de recursos conjuntos y capital social?</p>
<p>9. Economía conductual.</p>	<p>¿Su empresa percibe las preferencias sociales tales como la justicia y la falta de autocontrol o de un autocontrol limitado?</p> <p>¿Su empresa aporta con una visión más humana de la economía?</p> <p>¿Su empresa busca maximizar su bienestar laboral?</p> <p>¿Su empresa realiza seguimiento a la toma de decisiones?</p> <p>¿Su empresa busca maximizar el bienestar de la sociedad?</p>
<p>10. Límites morales del mercado.</p>	<p>¿Deberíamos permitir que las empresas compren el derecho a contaminar el medio ambiente?</p> <p>¿Su empresa realiza una autoevaluación crítica de sus decisiones?</p> <p>¿En su empresa se toman decisiones democráticamente?</p> <p>¿Su empresa ha cumplido con las normas en la distribución de sus productos?</p> <p>¿Su empresa por reducir costos no respeta los derechos de los trabajadores?</p>

<p>11. Nuevo paradigma económico.</p>	<p>¿Su empresa aplica el concepto de la gerencia de la felicidad?</p> <p>¿Su empresa considera que la economía debe traer prosperidad y bienestar para todos?</p> <p>¿Su empresa considera que la economía humanizada favorece e impulsa el empoderamiento personal y colectivo?</p> <p>¿Su empresa considera que el trabajo debe ser una fuente de satisfacción personal? ¿Las empresas deben hacer todo lo que esté en sus manos para que los empleados puedan desarrollarse a nivel profesional, humano, social y cultural?</p> <p>¿Su empresa considera que la economía humanizada aboga por el desarrollo y potenciación de las energías renovables como la energía solar, eólica, geotérmica, de hidrógeno?</p>
<p>12. Gerencia más humana y sustentable.</p>	<p>¿Su empresa conoce y aplica lo objetivos de desarrollo sostenible?</p> <p>¿Su empresa se preocupa por los beneficios que pueden aportar a la generación actual y en las futuras generaciones?</p> <p>¿Su empresa conoce el concepto de gerencia para la sustentabilidad?</p> <p>¿Su empresa crear estrategias para aplicar una gerencia más humana?</p> <p>¿Su empresa puede ser competitiva y sustentable?</p>

13. Regulación
gubernamental.

¿Su empresa está de acuerdo con que existan monopolios?

¿Su empresa se ha visto afectada por los constantes cambios regulatorios?

¿Conoce las garantías a favor de los consumidores generadas por el gobierno?

¿Se cumple constantemente con las políticas de producción establecidos por el gobierno?

¿De acuerdo con lo establecido por el gobierno se protegen los derechos de los consumidores?

Fuente: elaboración propia.

CAPÍTULO 4

COMPONENTES Y PRINCIPIOS DEL MODELO HÍBRIDO DE HUMANIZACIÓN DE LA ECONOMÍA EMPRESARIAL Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

Esta publicación da respuesta a la siguiente pregunta: ¿Qué componentes y principios deben conformar el modelo híbrido de humanización de la economía empresarial y responsabilidad social corporativa para su aplicación en las Pymes del sector de las confecciones ubicadas en Bogotá D.C., en las localidades de Puente Aranda y Barrios Unidos? Se identificaron los componentes y principios con el fin de construir el modelo híbrido para la medición de la humanización de la economía empresarial y la responsabilidad social empresarial aplicada en las Pymes del sector de confecciones, a saber: responsabilidad social empresarial rendición de cuentas, transparencia, comportamiento ético, respeto por las leyes, intereses de los grupos de interés, respeto por la leyes internacionales, por los derechos humanos, humanización de la economía empresarial, fortalecimiento de los valores y virtudes, cambio de la conciencia humana, desarrollo sustentable, responsabilidad ecológica, calidad de vida laboral, innovación y creatividad, fortalecimiento tecnológico, gobernanza económica, economía conductual, límites morales del mercado, nuevo paradigma económico, gerencia más humana, regulación gubernamental.

Con respecto al planteamiento del problema se responde a la siguiente pregunta: ¿Podemos ser competitivos en términos económicos y de forma simultánea ser responsables socialmente? Con esta iniciativa se desarrolla una herramienta tecnológica que permite que las Pymes del sector de las confecciones de Bogotá D.C., de las localidades de Puente Aranda y Barrios Unidos, se evalúen por medio los principios

de responsabilidad social empresarial y humanización de la economía empresarial mediante una matriz de riesgos.

El modelo se encuentra conformado por conceptualización de la responsabilidad social empresarial, los componentes de la responsabilidad social empresarial, temas relevantes, identificación de los grupos y sus intereses, resultados, conceptualización de la humanización de la economía empresarial que se encuentra conformada por los siguientes componentes de la humanización de la economía empresarial: temas fundamentales, identificación de los grupos de interés, intereses de los grupos de interés y resultados.

Por otra parte, se considera que uno de los principales aportes propuestos, es la conceptualización de la humanización de la economía empresarial y la elaboración del modelo híbrido para la medición de la humanización de la economía empresarial y la responsabilidad social corporativa aplicado a las Pymes del sector de confecciones ubicadas en Bogotá D.C., en las localidades de Puente Aranda y Barrios Unidos, que permite que las organizaciones, además de evaluarse, conozcan y se apropien de los siguientes temas: teorías económicas, de responsabilidad social empresarial, competitividad, creación de valor compartido, filantropía, inversión social, transparencia y rendición de cuentas. Igualmente, y después de consultar varios autores y teorías se logró la conceptualización de humanización de la economía empresarial, y por medio de 65 preguntas identificar en qué consiste la humanización de la economía empresarial y cómo se debe aplicar concientizando a las Pymes del sector de confecciones.

El modelo híbrido de humanización de la economía empresarial y responsabilidad social corporativo fue elaborado a partir de la revisión de la literatura y de acuerdo con los resultados que se obtuvieron mediante la aplicación de las encuestas, estas se componen de preguntas y variables. De acuerdo con los resultados obtenidos al aplicarla con empresarios y directivos del sector, se realizó una reflexión importante que permitió crear el modelo de medición, es por lo anterior que se propuso el modelo híbrido de humanización de la economía empresarial y la responsabilidad social corporativa.

Para realizar esta propuesta igualmente se hizo la búsqueda de artículos científicos y autores reconocidos como Richard Thaler y Elinor

Ostrom y Peter Drucker quienes advierten que el *management* tiene que ver con la gente, con sus valores, con su perfeccionamiento y desarrollo y eso lo define como algo humano, siendo muy importante mencionar a Adam Smith quien aporta la idea de la mano invisible en *la Riqueza de las naciones*, donde hace una ilustración de cómo la ley de la oferta y la demanda benefician al conjunto de la sociedad de una manera indirecta, el concepto es el siguiente: no hay nada malo con que cada persona busque su interés individual. En un mercado libre el efecto combinado de que todos busquen su interés beneficia al conjunto.

Otro autor importante con el cual se conceptualiza la humanización de la economía empresarial es John Forbes Nash, quien obtuvo el premio nobel de economía en 1994 y que pasará a la historia por su aporte fundamental en la Teoría de los Juegos. En concreto, por ser el creador del equilibrio de Nash o equilibrio medio que trata de un “concepto de solución” en el que todos los jugadores ejecutaron sabiéndolo la estrategia que maximiza sus ganancias dadas las estrategias de los otros actores de forma que carecen de incentivos para hacer un cambio individual de estrategia.

John Forbes Nash revolucionó la toma de decisiones en economía y, sobre todo, la Teoría de los Juegos: el área de la matemática que a partir del uso de modelos estudia las tomas de decisiones y las interacciones en lo que se conoce como estructuras formalizadas de incentivos, los juegos. Es decir, la lógica que usamos siempre que interactuamos con otro ser humano cuando, por ejemplo; tratamos de quedarnos con el último pedazo de torta en la cafetería o le hacemos un favor a un colega que esperamos retorne en el futuro. Es este sentido, los autores de esta publicación plantean lo siguiente:

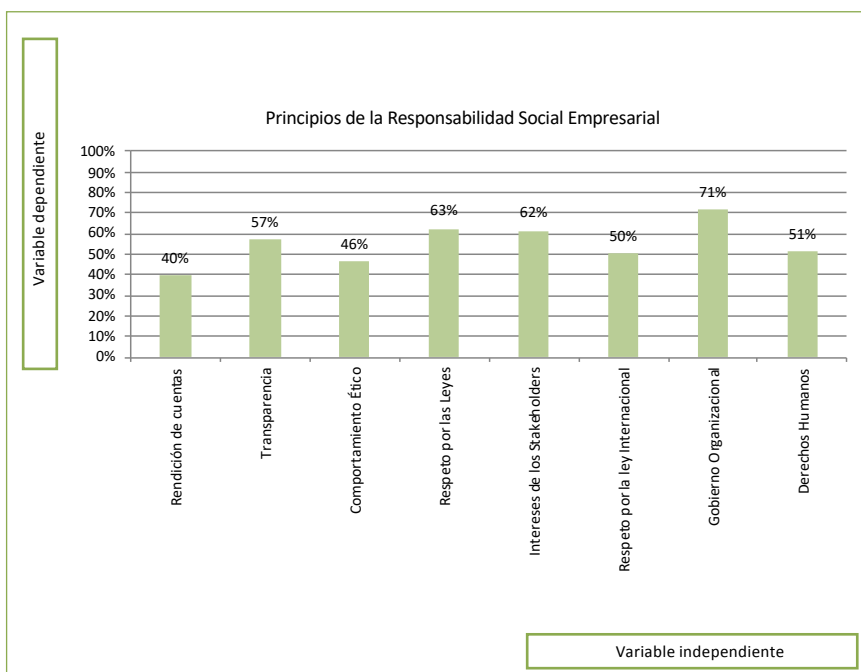
El planeta hace parte de todo y se constituye en un conjunto de elementos estructurados armónicamente, el cual debemos conservar para las futuras generaciones.

Si quieres vivir una vida simple haz cosas simples, si quieres vivir una vida extraordinaria haz cosas extraordinarias. Por otra parte, considera que se puede ser competitivo y al mismo tiempo aplicar el concepto de responsabilidad social corporativa.

Todo lo anterior, tiene que ver con algo que se descubre en esta publicación y que permite aplicar una gerencia más humana, responsable

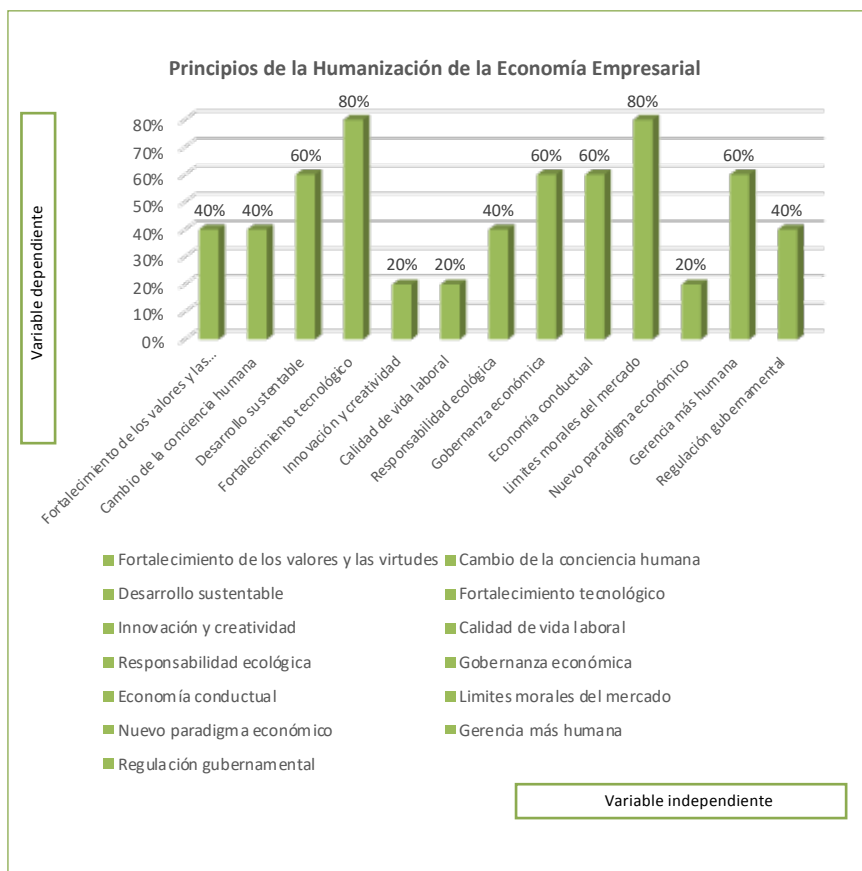
socialmente, logrando la sostenibilidad y la sustentabilidad empresarial. Igualmente, se identifica que las Pymes del sector de confecciones ubicadas en Bogotá D.C., en las localidades de Puente Aranda y Barrios Unidos conocen el concepto de responsabilidad social corporativa y les gustaría profundizar en este, para que les permita conocer el porcentaje de beneficios percibidos, los cuales, están dados por una variable dependiente (Y) representados por los principios de responsabilidad social corporativa y en el eje (X) representado por los componentes de la responsabilidad social corporativa y que se identifican como variable independiente. De acuerdo con lo anterior, la función para este análisis es: $Y = f(X)$. A continuación, su aplicación:

Figura 82.
Variable de pendiente e independiente de los principios de responsabilidad social empresarial.



Fuente: elaboración propia.

Figura 83.
Variable de pendiente e independiente de los principios de humanización de la economía empresarial.



Fuente: elaboración propia.

Se identifica el concepto de humanización de la economía empresarial con el fin de tener una gerencia más humana, responsable socialmente, logrando la sostenibilidad y la sustentabilidad empresarial. A continuación, se identifica que las Pymes del sector de confecciones ubicadas en Bogotá D.C., no conocen el concepto de humanización de la economía

empresarial, por lo que les gustaría profundizar en este concepto, con el fin de ser más competitivos y que les permita conocer y cuantificar el porcentaje de beneficios percibidos y dados por una variable dependiente (Y) representados por los principios de humanización de la economía empresarial y en el eje (X) representado por los componentes de la humanización de la economía empresarial los cuales se identifican como variable independiente; de acuerdo a lo anterior la función es: $Y = f(X)$, como se observa a continuación.

Con la evaluación obtenida por parte de las Pymes y de acuerdo con cada uno de los indicadores calificados y al obtener los diferentes datos, se recomienda que las empresas tomen en cuenta los resultados obtenidos para que realicen estrategias, planes de acción y de mejoramiento que permitan mejorar los resultados obtenidos, dejando que las empresas apliquen el concepto de la humanización de la economía empresarial y el modelo híbrido de humanización de la economía empresarial y responsabilidad social corporativa propuesto.

Por otra parte, de acuerdo con los resultados obtenidos en la encuesta se evidenció que existe desconocimiento sobre el concepto de humanización de la economía empresarial, sin embargo, existe un mayor conocimiento sobre el tema de responsabilidad social corporativa, pero las empresas requieren la obtención de certificaciones. De acuerdo con el nivel educativo identificado en las Pymes, es importante mencionar que existe una gran oportunidad con el fin de ofrecer programas académicos a nivel de especialización, maestría, doctorado, diplomados y cursos en el tema de humanización de la economía empresarial.

También, se identificó que las Pymes, tienen interés en implementar códigos de ética para mitigar el impacto generado por la contaminación ambiental, asimismo, en implementar el sistema de seguridad y salud en el trabajo y la creación de medidas para combatir la corrupción. Por otra parte, las Pymes deben generar espacios para la rendición de cuentas por parte de sus directivos y grupos de interés, estos deben respetar la libertad sindical, generar informes del impacto medio ambiental causado, no perseguir el ánimo de lucro y preocuparse por apoyar causas sociales. Deben realizar estudios de impacto social, incluyendo a los colaboradores que se desempeñan en las Pymes y que desconocen qué es y cómo se aplica el concepto de gobernanza económica. Dado que, aún existen

empresas que deben implementar el teletrabajo y el trabajo en casa, existe una gran oportunidad para realizar campañas donde se evidencien actos de cooperación y solidaridad con los grupos de interés.

Por otra parte, hay un gran sentido de pertenencia por parte de los colaboradores de las Pymes por las empresas donde se desempeñan, no obstante, existe un desconocimiento sobre lo qué es y cómo se implementa un voluntariado, los empleados manifiestan que existen practicas responsables en el momento de realizar los procesos de contratación de talento humano sin el uso ventajoso de los contratos realizados por medio de empresas temporales.

El modelo híbrido para la medición de la humanización de la economía empresarial y la responsabilidad social corporativa aplicada a las Pymes del sector de confecciones ubicadas en Bogotá D.C., en las localidades de Puente Aranda y Barrios Unidos, puede ser aplicado y adaptado si es necesario en varios países y sectores económicos debido a la flexibilidad de su diseño, y está de acuerdo con los resultados luego de la revisión de la literatura, investigaciones realizadas y con los artículos científicos publicados por los autores arriba mencionados.

Cómo lograr ser una organización más competitiva aplicando la humanización de la economía empresarial

El Real Centro Universitario en el anuario jurídico y económico escurialense, plantea la siguiente pregunta: ¿podemos ser competitivos en términos económicos y de forma simultánea ser responsables socialmente? En contrapartida a esta pregunta hoy se trata de que las empresas busquen la excelencia empresarial y no solo el obtener ventajas competitivas sino también sociales. De acuerdo con esto, es necesario adoptar las nuevas tendencias empresariales en el manejo correcto de los recursos sin afectar el medio ambiente y la sociedad. El hecho de que desde la época del sistema mercantilista siglos XVI, XVII y la primera mitad del siglo XVII, las empresas persiguen el ánimo de lucro, no deslegitima que existen empresas como Inditex, Mercadona, Ikea (EAE Business School, 2021) que aplican buenas prácticas empresariales como las siguientes: responsabilidad social corporativa,

economía empresarial, organizaciones inteligentes, economía azul, ética empresarial y gobierno corporativo.

Igualmente, se identifica que existe una estrecha relación entre la humanización de la economía empresarial y competitividad de las empresas. Es necesario generar un cambio enfocado hacia el fortalecimiento de valores y virtudes, de la conciencia humana, desarrollo humano sustentable, asumir la responsabilidad ecológica incentivando la innovación, creatividad, fortalecimiento tecnológico, establecer políticas de gobernanza económica y promover una gerencia más humana con el fin de ser más competitivos y humanos, enfocándonos en el cumplimiento de las normas y la conservación tanto de la especie humana como del planeta.

Organizaciones inteligentes y humanización economía empresarial

Según Wei Choo (1999), es necesario aplicar el concepto de las organizaciones inteligentes en las empresas para la comprensión de la percepción de la realidad a través del desarrollo de significados compartidos, la creación del conocimiento por medio de la conversión y difusión de diferentes formas de conocimiento de la organización y para la correcta toma de decisiones mediante la adopción de normas y políticas. Esto, permite que la economía basada en el conocimiento y, no solo en la oferta y la demanda, conlleve a la aplicación de nuevos conceptos y políticas en el diseño de nuevos proyectos, fabricación de productos, diseño políticas y nuevas formas de prestar servicios.

Si los conceptos desarrollados se aplican, esto permitirá que las organizaciones sean más rentables, competitivas, humanas y responsables socialmente sin afectar sus ingresos y el entorno que los rodea, ya que, al desarrollar estos temas se evidencia que existe una estrecha relación entre la humanización de la economía empresarial y competitividad de las empresas y se identifica que estas no se encuentran orientadas en la sostenibilidad y la sustentabilidad empresarial. Por lo tanto, las empresas deben cumplir, por motivación propia y no por ley, con toda la normatividad medio ambiental establecida para tal fin. Deben ser responsables en

el proceso de elaboración, consumo y desecho de los productos y servicios y, en el manejo de residuos generados por los procesos productivos.

Es necesario realizar estudios más eficientes acerca de estos modelos responsables con el fin de ser implantados en las Pymes. Las empresas requieren impulsar la humanización de la economía empresarial, la dignificación del trabajo, aplicar la responsabilidad social empresarial, rendición de cuentas, el comercio justo, la transparencia, ética empresarial, gobernabilidad corporativa, respeto por los derechos humanos, establecer políticas empresariales y de negocios. Aunque algunos países latinoamericanos comienzan a entender el concepto de la responsabilidad social empresarial, no se aplica del todo en la actualidad, por lo cual, causa impactos negativos en una economía y en la sociedad.

También, es necesario realizar estudios más eficientes en innovación, investigación, tecnología y desarrollo en las Pymes, con el fin de promover la humanización de la economía empresarial, la dignificación del trabajo, el pago de un salario justo, el comercio justo, la producción limpia y el pago apropiado a los trabajadores, aplicando el concepto de responsabilidad social corporativa. Ahora bien, algunos países latinoamericanos comienzan a entender el concepto de la responsabilidad social corporativa, sin embargo, sus principios no se aplican del todo, ya que, las empresas se preocupan más por conseguir utilidades sin importar el impacto que generan en el planeta a nivel productivo. Por esto, es importante que se procure de modo más activo prevenir la futura destrucción del planeta debido a las malas prácticas productivas, es necesario que los individuos, empresas, sociedad e instituciones gubernamentales, se concienticen en aplicar políticas, métodos, procesos, procedimientos responsables de producción enfocándose en lo sustentable y teniendo como principio la sostenibilidad económica y financiera sin afectar el medio que nos rodea.

CONCLUSIONES

Algunas limitaciones encontradas durante la investigación fueron las siguientes: al realizar el trabajo de campo, debido a la emergencia sanitaria suscitada a nivel mundial a causa del Covid-19, el acceder a los directivos y colaboradores de las empresas Pymes del sector de confecciones y localizadas en las localidades de Puente Aranda y Barrios Unidos fue difícil, debido a que en el 2020 muchos se encontraban en receso laboral y otros estaban en modalidad de teletrabajo. Otra limitante fue el acceso a la base de datos, ya que, debido a que son empresarios era necesario adquirir una base de datos desde la cámara de comercio de Bogotá D.C.

El abordaje de este tema tan complejo exigió realizar una fuerte revisión de la literatura, con respeto al tema humanización de la economía empresarial, tema poco investigado a nivel mundial, y donde se encontraron fuentes de información limitadas, igualmente se identificó que existían muy pocos autores que abordaran el tema de la humanización de la economía empresarial, por otra parte y con respecto al concepto de responsabilidad social corporativa que es un concepto conocido, y ya se aplica en diferentes países, había más información, pero se identificó que solo el 59 % de los encuestados en el sector de las confecciones de las Pymes consultadas conocen el concepto de humanización de la economía empresarial, y el otro 59 % conocen el concepto de responsabilidad social corporativa de acuerdo con estos datos obtenidos se constituyó en una gran oportunidad de aplicar este modelo para ser más competitivos a nivel internacional.

Con respecto al desarrollo del modelo híbrido de humanización de la economía empresarial y la responsabilidad social corporativa aplicada

a las Pymes del sector de confecciones ubicadas en Bogotá D.C., y aplicado a las localidades de Puente Aranda y Barrios Unidos se identificó que es una excelente herramienta cuantitativa para las Pymes del sector de las confecciones.

Uno de los aportes más significativos de este modelo es que debido a su flexibilidad y adaptabilidad puede aplicarse en otros sectores, lo anterior debido a los componentes identificados que conforman este modelo, el cual permitió medir y evaluar a las empresas por medio de una fácil capacitación y adopción de los conceptos identificados, los cuales, son fáciles de apropiar, este modelo sirve como ejemplo para generar otras investigaciones y se constituye en un referente para Latinoamérica y el mundo, debido a los temas abordados de humanización de la economía empresarial y la responsabilidad social corporativa.

Por otra parte, las Pymes como organizaciones inteligentes deben ser altamente competitivas y requieren aplicar principios como: sostenibilidad, sustentabilidad empresarial, ética empresarial, humanización de la economía empresarial y la responsabilidad social corporativa, la implementación de estos conceptos, a través de este modelo y/o esta herramienta debe realizarse por iniciativa propia, y no porque el tema medioambiental se encuentre de moda o se constituya como un proyecto de ley.

Por otra parte, es necesario realizar estudios más eficientes sobre modelos de gobierno corporativo, filosofía empresarial y responsabilidad social corporativa que puedan ser implantados en las Pymes, las empresas requieren impulsar igualmente la economía empresarial, rendición de cuentas, el comercio justo, la transparencia, ética empresarial, el respeto por los derechos humanos, y se deben establecer idearios éticos, políticas empresariales y de negocios, aunque de acuerdo con los resultados de la investigación se identificó que en Colombia, los empresarios ya conocen el concepto de la responsabilidad social corporativa y se aplica en las Pymes, sin embargo, se debe reconocer que los principios de responsabilidad social corporativa no se aplican del todo en estas empresas. Es necesario proponer estrategias empresariales que permitan generar iniciativas y proyectos con el fin de aplicar estos conceptos y temas tratados para que se conviertan en una tendencia o mega tendencia, ya que, al aplicar este conocimiento adquirido puede

causar impactos positivos en lo ambiental, económico y social. Con esto es posible contribuir con el desarrollo económico empresarial del país siendo competitivos y aplicando la humanización de la economía empresarial y la responsabilidad social corporativa que puede generar diversas estrategias que permitan fortalecer el gobierno corporativo.

Al realizar la revisión de la literatura e identificar los componentes y principios que conforman el modelo de humanización de la economía empresarial y la responsabilidad social corporativa, se generaron preguntas de acuerdo con cada tema relacionado, con el fin de componer el modelo. Esto, permitió desarrollar el modelo híbrido de humanización de la economía empresarial y de la responsabilidad social corporativa, donde se identifica que se cumplen con los objetivos planteados en la investigación y se logra desarrollar un modelo efectivo que permite por medio de una matriz de riesgos evaluar las empresas cuantitativamente, generando resultados que permiten conocer cómo se encuentran las Pymes del sector de las confecciones en lo que tiene que ver con la humanización de la economía empresarial y la responsabilidad social corporativa.

Los datos arrojados mediante la aplicación de este modelo híbrido permiten crear estrategias, programas, acciones, políticas, actividades y proyectos que mejoran los factores evaluados y diseñar planes de mejoramiento y establecer indicadores de medición.

Se logró conceptualizar el término de humanización de la economía empresarial de acuerdo con la consulta realizada de autores, teorías y la revisión de la literatura, igualmente, durante el proceso del desarrollo de la investigación se logró crear el modelo híbrido de humanización de la economía empresarial y responsabilidad social corporativa que permitiera evaluar las Pymes del sector de confecciones y la aplicación de los conceptos evaluados usando la matriz de identificación de riesgos.

Los resultados arrojados en este modelo híbrido contribuyen al mejoramiento de los componentes y principios evaluados, aspectos evaluados en el modelo híbrido y traducido como una herramienta de medición elaborada en una hoja de cálculo que puede ser aplicada por los gerentes y directivos del sector de las confecciones para obtener una visión más clara del concepto de humanización de la economía empresarial y responsabilidad social corporativa y, así poder realizar una correcta

toma de decisiones y disminuir el impacto económico, ambiental, humano y social, generado por las organizaciones. Esto, permitirá generar más oportunidades globales e igualdad para dignificar las dinámicas laborales, económicas y sociales en todos los miembros de la organización y la sociedad.

En lo que tiene que ver con los países de la región se identifica un factor importante en la creación de políticas públicas por parte del Ministerio de Medio Ambiente, Ministerio del Trabajo y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo quienes a través de un trabajo en equipo deben actuar de manera conjunta para disminuir el impacto ambiental, económico y social que generan las empresas que no cumplen con las leyes.

Con respecto a la promoción de las importaciones y exportaciones en Colombia, estas permiten impulsar todo el sistema empresarial y que el empresario se interese en establecer exigencias productivas más elevadas las cuales le permitan mejorar sus prácticas con el fin de lograr ser más competitivos. Este es el inconveniente más grande que se encontró en las Pymes del sector de las confecciones.

Por otro lado, si el gobierno permite las importaciones masivas de productos terminados se generará una gran competitividad, ya que, este sector de las confecciones se mide por medio del factor conocido como tiempo de productividad. Esto generará una distorsión que impacta los costos de producción y crea un golpe importante en el precio final del producto. Con el fin de evitar estas distorsiones, se plantea que lo importante es ser competitivos aplicando la humanización de la economía empresarial y la responsabilidad social corporativa, disminuyendo a su vez los impactos ambientales y contribuyendo a la generación de una sociedad más justa y equitativa que pueda vivir en un entorno más salvable y acorde con la nueva sociedad el conocimiento.

El desarrollo del modelo de humanización de la economía empresarial y responsabilidad social corporativa permite mejorar la labor gerencial, gestión corporativa y humanismo empresarial. Al identificar los componentes y principios se crearon preguntas que permitieron identificar si las Pymes aplicaban o conocían estos conceptos evaluados, estos se convirtieron en indicadores de gestión que permitieron reconocer en qué aspectos las empresas deben mejorar

para implementar planes de acción, de mejora e inversión que les permitan ser más competitivos humanizando la economía empresarial, dignificando la labor del colaborador, conservando el medio ambiente y contribuyendo a mitigar el cambio climático.

Sin duda la gerencia moderna requiere adoptar nuevos modelos que permitan potencializar las empresas generando una cultura responsable y amigable con el medio ambiente, en la que se promueva el humanismo empresarial, responsabilidad social corporativa, los derechos de los trabajadores, la dignificación del trabajo, conciencia social, sustentabilidad y sustentabilidad empresarial.

Por último, las organizaciones actuales deben alinear sus políticas empresariales y proyectos con los Objetivos de Desarrollo Sostenible ODS y el Pacto Global de las Naciones Unidas el cuál es un llamamiento a las empresas para que incorporen 10 principios universales relacionados con los derechos humanos, el trabajo, el medio ambiente y la lucha contra la corrupción en sus estrategias y operaciones; con el fin de que se perfilen cómo empresas altamente competitivas, responsables socialmente y adoptando las nuevas megatendencias en temas relacionados con la sostenibilidad empresarial.

INDICE DE TABLAS

TABLA 1.	43
<i>Teoría económica de las empresas según los economistas clásicos del siglo XVIII.</i>	
TABLA 2.	46
<i>Evolución del concepto y función de la empresa (1965-2015).</i>	
TABLA 3.	55
<i>Evolución del concepto de responsabilidad social.</i>	
TABLA 4.	63
<i>Listado de dominios de la responsabilidad social empresarial (RSE).</i>	
TABLA 5.	68
<i>Principales indicadores utilizados en iniciativas de responsabilidad social corporativa (RSC).</i>	
TABLA 6.	75
<i>Modelos de gobierno corporativo.</i>	
TABLA 7.	80
<i>Sistemas ambientales propuestos por la teoría o modelo ecológico de Bronfenbrenner en 1990.</i>	
TABLA 8.	86
<i>Objetivos de desarrollo del milenio 2015.</i>	

TABLA 9.	100
<i>Niveles estratificados del desarrollo humano y sus características.</i>	
TABLA 10.	108
<i>Tipología de los bienes.</i>	
TABLA 11.	110
<i>Sistemas recursos y gobernanza.</i>	
TABLA 12.	120
<i>Clasificación de las empresas en Colombia.</i>	
TABLA 13.	122
<i>Encuesta anual manufacturera (EAM, 2017).</i>	
TABLA 14.	125
<i>Empresas por localidad artículo estrategias e innovación del clúster textil–moda: un análisis de caso en Bogotá D.C.</i>	
TABLA 15.	131
<i>Pregunta 1. ¿De acuerdo con el tamaño de las Pymes y según su clasificación usted se desempeña en una empresa?</i>	
TABLA 16.	133
<i>Pregunta 2. Género.</i>	
TABLA 17.	134
<i>Pregunta 3. ¿Su rango de edad se encuentra entre?</i>	
TABLA 18.	135
<i>Pregunta 4. ¿El nivel de estudios obtenido por usted es?</i>	
TABLA 19.	136
<i>Pregunta 5. ¿Qué nivel ocupa en su empresa?</i>	
TABLA 20.	137
<i>Pregunta 6 ¿Conoce el concepto de humanización de la economía empresarial?</i>	

TABLA 21.	138
<i>Pregunta 7 ¿Conoce usted en qué consiste el concepto de responsabilidad social corporativa?</i>	
TABLA 22.	139
<i>Pregunta 8 ¿Conoce usted que existe un pacto mundial de las Naciones Unidas para el desarrollo global?</i>	
TABLA 23.	141
<i>Pregunta 9. ¿Sabía usted que el pacto mundial de Naciones Unidas mide desde lo económico, el desempeño relacionado con informes estándares y monitoreo derechos humanos?</i>	
TABLA 24.	142
<i>Pregunta 10. ¿Sabe usted en qué consiste el término de gobernabilidad corporativa?</i>	
TABLA 25.	143
<i>Pregunta 11. ¿Sabía usted que la gobernabilidad corporativa se refiere al ámbito general de los derechos de los accionistas?</i>	
TABLA 26.	144
<i>Pregunta 12. ¿Conoce usted si existe un sistema de gestión ambiental en su empresa?</i>	
TABLA 27.	144
<i>Pregunta 13. ¿Conoce usted si existe un código de conducta en su empresa?</i>	
TABLA 28.	146
<i>Pregunta 14. ¿Conoce usted si existe un modelo de responsabilidad social corporativa implementado en su empresa?</i>	
TABLA 29.	147
<i>Pregunta 15. ¿En qué áreas aplican este modelo de responsabilidad social corporativa que está implementado en su empresa?</i>	

TABLA 30.	148
<i>Pregunta 16. ¿Sabía usted que los estándares laborales tienen como referencia la no discriminación laboral?</i>	
TABLA 31.	149
<i>Pregunta 17. ¿Sabía usted que los estándares laborales tienen como referencia la capacitación empresarial?</i>	
TABLA 32.	151
<i>Pregunta 18. ¿Sabe usted si a su empresa le interesa mitigar el impacto que se genera por la contaminación ambiental?</i>	
TABLA 33.	152
<i>Pregunta 19. ¿Se identifica usted con la empresa y con sus valores?</i>	
TABLA 34.	153
<i>Pregunta 20. ¿Su empresa cumple con aplicar los derechos humanos?</i>	
TABLA 35.	154
<i>Pregunta 21. ¿Su empresa tiene implementado el sistema de seguridad y salud en el trabajo?</i>	
TABLA 36.	155
<i>Pregunta 22. ¿Considera usted que su empresa paga un salario justo y usted lo percibe como una distribución justa con respecto a los salarios del mercado?</i>	
TABLA 37.	156
<i>Pregunta 23. ¿Conoce si su empresa aplica medidas anticorrupción?</i>	
TABLA 38.	157
<i>Pregunta 24. ¿Sabe usted si su empresa cumple y realiza alianzas estratégicas con los grupos de interés?</i>	
TABLA 39.	158
<i>Pregunta 25. ¿Conoce los impactos económicos directos e indirectos que genera su empresa?</i>	

TABLA 40.	159
<i>Pregunta 26. ¿Su empresa vigila el cumplimiento con respecto a la libertad sindical?</i>	
TABLA 41.	161
<i>Pregunta 27. ¿Su empresa vigila el cumplimiento y promueve la no explotación del trabajo infantil?</i>	
TABLA 42.	162
<i>Pregunta 28. ¿Su empresa genera informes para reducir el impacto medio ambiental?</i>	
TABLA 43.	163
<i>Pregunta 29. ¿Conoce si su empresa ha apoyado alguna causa social en los últimos años?</i>	
TABLA 44.	165
<i>Pregunta 30. ¿Conoce usted los objetivos de desarrollo del milenio?</i>	
TABLA 45.	166
<i>Pregunta 31. ¿Su empresa reconoce qué significa la gobernanza económica?</i>	
TABLA 46.	167
<i>Pregunta 32 ¿Ha realizado usted alguna actividad de voluntariado?</i>	
TABLA 47.	168
<i>Pregunta 33. ¿Conoce usted si su empresa ha implementado el uso de energías renovables en sus métodos de producción y/o prestación de servicios?</i>	
TABLA 48.	169
<i>Pregunta 34. ¿Sabe usted si su empresa ha implementado el uso de la robótica, automatización y la inteligencia artificial en sus métodos de producción y/o prestación de servicios?</i>	
TABLA 49.	171
<i>Pregunta 35. ¿Sabe usted si su empresa ha creado y aplicado un ideario ético empresarial?</i>	

TABLA 50.	172
<i>Pregunta 36. ¿Su empresa se encuentra interesada en incrementar el bienestar de la sociedad?</i>	
TABLA 51.	173
<i>Pregunta 37. ¿Considera usted que su empresa paga un salario justo y lo percibe como una distribución justa con respecto a los salarios del mercado?</i>	
TABLA 52.	174
<i>Pregunta 38. ¿Conoce si su empresa ha realizado campañas donde se evidencien actos de cooperación y solidaridad con sus clientes, proveedores y/o empleados?</i>	
TABLA 53.	176
<i>Pregunta 39. ¿Su empresa promueve planes de retiro y ahorro pensional?</i>	
TABLA 54.	177
<i>Pregunta 40. ¿Considera usted que los empresarios pueden humanizar la economía empresarial y ser competitivos aplicando la responsabilidad social corporativa?</i>	
TABLA 55.	178
<i>Pregunta 41. ¿Considera usted que existen prácticas responsables en su empresa con respecto a la contratación del talento humano, sin el uso ventajoso de los contratos realizados por medio temporales?</i>	
TABLA 56.	179
<i>Pregunta 42. ¿Considera usted que implementar el teletrabajo en su empresa puede mitigar la situación de pandemia mundial como la actual Covid-19?</i>	
TABLA 57.	181
<i>Propuesta de medición humanización de la economía empresarial y la responsabilidad social corporativa.</i>	
TABLA 58.	184
<i>Niveles de beneficios percibidos.</i>	

TABLA 59.	188
<i>Matriz de riesgos aplicado al modelo de medición de la humanización de la economía empresarial y la responsabilidad social corporativa aplicado a las Pymes del sector de confecciones ubicadas en Bogotá D.C., en las localidades de Puente Aranda y Barrios Unidos.</i>	
TABLA 60.	197
<i>Propuesta de medición por medio de la matriz de riesgos.</i>	
TABLA 61.	205
<i>Propuesta modelo híbrido de la humanización de la economía empresarial y la responsabilidad social corporativa.</i>	
TABLA 62.	216
<i>Principios de la responsabilidad social empresarial.</i>	
TABLA 63.	221
<i>Descripción de componentes de la humanización de la economía empresarial.</i>	
TABLA 64.	222
<i>Principios de la humanización de la economía empresarial.</i>	
TABLA 64.	249
<i>Encuesta humanización de la economía empresarial y la responsabilidad social corporativa aplicada en las Pymes del sector de las confecciones ubicadas en Bogotá D.C.</i>	

INDICE DE FIGURAS

FIGURA 1.	36
<i>Las divisiones principales de la economía</i>	
FIGURA 2.	38
<i>Las divisiones de las tres partes principales de la economía</i>	
FIGURA 3.	40
<i>Etapa de las ciencias contables y la etapa de las ciencias comerciales</i>	
FIGURA 4.	42
<i>Fases del proceso de cambio a nivel tecnológico</i>	
FIGURA 5.	52
<i>Valores fundamentales en la construcción de una ciudadanía corporativa global</i>	
FIGURA 6.	58
<i>Áreas de trabajo de la responsabilidad social corporativa</i>	
FIGURA 7.	61
<i>Dominios de la responsabilidad social empresarial</i>	
FIGURA 8. .	71
<i>Pirámide de la responsabilidad social corporativa</i>	
FIGURA 9.	73
<i>Teoría de la agencia</i>	

FIGURA 10.	84
<i>Objetivos de desarrollo sostenible</i>	
FIGURA 11.	85
<i>Las cinco P's de los objetivos de desarrollo del milenio (ODM)</i>	
FIGURA 12.	90
<i>Valores morales aplicados en la economía</i>	
FIGURA 13.	92
<i>Evolución de la sociedad 1.0, 2.0, 3.0, 4.0 y 5.0.</i>	
FIGURA 14.	94
<i>Desarrollo de la gestión empresarial en las empresas más humanas</i>	
FIGURA 15.	95
<i>Aspectos propuestos para medir la humanización de la economía empresarial</i>	
FIGURA 16.	96
<i>Componentes humanización de la economía empresarial</i>	
FIGURA 17.	102
<i>Estructura de regulación modelo (AIP) para el desarrollo humano sustentable</i>	
FIGURA 18.	107
<i>Innovación empresarial</i>	
FIGURA 19.	121
<i>Encuesta anual manufacturera (EAM) 2017</i>	
FIGURA 20.	123
<i>Total de personal del sector de la confección de prendas de vestir, excepto prendas de piel</i>	
FIGURA 21.	123
<i>Factor financiero del sector de la confección de prendas de vestir, excepto prendas de piel</i>	

FIGURA 22.	126
<i>Muestra decisión analyst stats</i>	
FIGURA 23.	128
<i>Fase de la investigación</i>	
FIGURA 24.	132
<i>Pregunta 1 ¿De acuerdo con el tamaño de las Pymes y según su clasificación usted se desempeña en una empresa?</i>	
FIGURA 25.	133
<i>Pregunta 2. Identificación de género</i>	
FIGURA 26.	134
<i>Pregunta 3. ¿Su rango de edad se encuentra entre?</i>	
FIGURA 27.	135
<i>Pregunta 4. ¿El nivel de estudios obtenido por usted es?</i>	
FIGURA 28.	136
<i>Pregunta 5. ¿Qué nivel ocupa en su empresa?</i>	
FIGURA 29.	137
<i>Pregunta 6 ¿Conoce el concepto de humanización de la economía empresarial?</i>	
FIGURA 30.	138
<i>Pregunta 7. ¿Conoce usted el concepto de responsabilidad social corporativa?</i>	
FIGURA 31.	140
<i>Pregunta 8. ¿Conoce usted qué existe un pacto mundial de las Naciones Unidas para el desarrollo global?</i>	
FIGURA 32.	141
<i>Pregunta 9. ¿Sabía usted que el pacto mundial de Naciones Unidas mide desde lo económico, el desempeño relacionado con informes estándares y monitoreo derechos humanos?</i>	

FIGURA 33.	142
<i>Pregunta 10. ¿Sabe usted en qué consiste el término de gobernabilidad corporativa?</i>	
FIGURA 34.	143
<i>Pregunta 11. ¿Sabía usted que la gobernabilidad corporativa se refiere al ámbito general de los derechos de los accionistas?</i>	
FIGURA 35.	145
<i>Pregunta 12. ¿Conoce usted si existen un código de conducta en su empresa?</i>	
FIGURA 36.	146
<i>Pregunta 14. ¿Conoce usted si existe un modelo de responsabilidad social corporativa implementado en su empresa?</i>	
FIGURA 37.	148
<i>Pregunta 15. ¿En qué áreas aplican este modelo de responsabilidad social corporativa que está implementado en su empresa?</i>	
FIGURA 38.	149
<i>Pregunta 16 ¿Sabía usted que los estándares laborales tienen como referencia la no discriminación laboral?</i>	
FIGURA 39.	150
<i>Pregunta 17. ¿Sabía usted que los estándares laborales tienen como referencia la capacitación empresarial?</i>	
FIGURA 40.	151
<i>Pregunta 18. ¿Sabe usted si a su empresa le interesa mitigar el impacto que se genera por la contaminación ambiental?</i>	
FIGURA 41.	152
<i>Pregunta 19. ¿Se identifica usted con la empresa y con sus valores?</i>	

FIGURA 42.	153
<i>Pregunta 20. ¿Su empresa cumple con aplicar los derechos humanos?</i>	
FIGURA 43.	154
<i>Pregunta 21. ¿Su empresa tiene implementado el sistema de seguridad y salud en el trabajo?</i>	
FIGURA 44.	156
<i>Pregunta 22. ¿Considera usted que su empresa paga un salario justo y usted lo percibe como una distribución justa con respecto a los salarios del mercado?</i>	
FIGURA 45.	157
<i>Pregunta 23. ¿Conoce si su empresa aplica medidas anticorrupción?</i>	
FIGURA 46.	158
<i>Pregunta 24. ¿Sabe usted si su empresa cumple y realiza alianzas estratégicas con los grupos de interés?</i>	
FIGURA 47.	159
<i>Pregunta 25. ¿Conoce los impactos económicos directos e indirectos que genera su empresa?</i>	
FIGURA 48.	160
<i>Pregunta 26. ¿Su empresa vigila el cumplimiento con respecto a la libertad sindical?</i>	
FIGURA 49.	161
<i>Pregunta 27. ¿Su empresa vigila el cumplimiento y promueve la no explotación del trabajo infantil?</i>	
FIGURA 50.	163
<i>Pregunta 28. ¿Su empresa genera informes para reducir el impacto medio ambiental?</i>	
FIGURA 51.	164
<i>Pregunta 29. ¿Conoce si su empresa ha apoyado alguna causa social en los últimos años?</i>	

FIGURA 52.	165
<i>Pregunta 30. ¿Conoce usted los objetivos de desarrollo del milenio?</i>	
FIGURA 53.	166
<i>Pregunta 31 ¿Su empresa reconoce qué significa la gobernanza económica?</i>	
FIGURA 54.	167
<i>Pregunta 32. ¿Ha realizado usted alguna actividad de voluntariado?</i>	
FIGURA 55.	168
<i>Pregunta 33. ¿Conoce usted si su empresa ha implementado el uso de energías renovables en sus métodos de producción o prestación de servicios?</i>	
FIGURA 56.	170
<i>Pregunta 34. ¿Sabe usted si su empresa ha implementado el uso de la robótica, automatización y la inteligencia artificial en sus métodos de producción y/o prestación de servicios?</i>	
FIGURA 57.	171
<i>Pregunta 35. ¿Sabe usted si su empresa ha creado y aplicado un ideario ético empresarial?</i>	
FIGURA 58.	172
<i>Pregunta 36 ¿Su empresa se encuentra interesada en incrementar el bienestar de la sociedad?</i>	
FIGURA 59.	174
<i>Pregunta 37. ¿Considera usted que su empresa paga un salario justo y lo percibe como una distribución justa con respecto a los salarios del mercado?</i>	
FIGURA 60.	175
<i>Pregunta 38. ¿Conoce si su empresa ha realizado campañas donde se evidencie actos de cooperación y solidaridad con sus clientes, proveedores y/o empleados?</i>	

FIGURA 61.	176
<i>Pregunta 39. ¿Su empresa promueve planes de retiro y ahorro pensional?</i>	
FIGURA 62.	177
<i>Pregunta 40. ¿Considera usted que los empresarios pueden humanizar la economía empresarial y ser competitivos aplicando la responsabilidad social corporativa?</i>	
FIGURA 63.	178
<i>Pregunta 41. ¿Considera usted que existen prácticas responsables en su empresa con respecto a la contratación del talento humano, sin el uso ventajoso de los contratos realizados por medio temporales?</i>	
FIGURA 64.	179
<i>Pregunta 42. ¿Considera usted que implementar el teletrabajo en su empresa puede mitigar la situación de pandemia mundial como la actual Covid 19?</i>	
FIGURA 65.	185
<i>Propuesta de medición humanización de la economía empresarial y la responsabilidad social corporativa</i>	
FIGURA 66.	186
<i>Humanización de la economía empresarial y la responsabilidad social empresarial aplicada en las Pymes del sector de confecciones ubicadas en Bogotá D.C., en las localidades de Puente Aranda y Barrios Unidos.–Alternativa A = 320 puntos</i>	
FIGURA 67.	208
<i>Medición de la responsabilidad social corporativa</i>	
FIGURA 68.	208
<i>Componentes responsabilidad social corporativa</i>	
FIGURA 69.	209
<i>Temas fundamentales de la responsabilidad social corporativa</i>	

FIGURA 70.	209
<i>Identificación de los grupos de interés en la responsabilidad social corporativa</i>	
FIGURA 71.	210
<i>Intereses de los grupos de interés en la responsabilidad social corporativa</i>	
FIGURA 72.	210
<i>Resultados de la responsabilidad social corporativa</i>	
FIGURA 73.	211
<i>Medición de la humanización de la economía empresarial</i>	
FIGURA 74.	211
<i>Componentes de la humanización de la economía empresarial</i>	
FIGURA 75.	212
<i>Temas fundamentales de la humanización de la economía empresarial</i>	
FIGURA 76.	212
<i>Identificación de los grupos de interés en la humanización de la economía empresarial</i>	
FIGURA 77.	213
<i>Intereses de los grupos de intereses de la humanización de la economía empresarial</i>	
FIGURA 78.	213
<i>Resultados de la humanización de la economía empresarial</i>	
FIGURA 79.	214
<i>Modelo de Schwartz</i>	
FIGURA 80.	215
<i>Principios de la responsabilidad social empresarial</i>	

FIGURA 81.	222
<i>Principios identificados para desarrollar el modelo de humanización de la economía empresarial</i>	
FIGURA 82.	232
<i>Variable de pendiente e independiente de los principios de responsabilidad social empresarial</i>	
FIGURA 83.	233
<i>Variable de pendiente e independiente de los principios de humanización de la economía empresarial</i>	

ANEXOS

Anexo 1.

Modelo híbrido para la humanización de la economía empresarial y la responsabilidad social corporativa aplicada en las Pymes del sector de las confecciones ubicadas en las localidades de Puente Aranda y Barrios Unidos de Bogotá D.C.

(<https://docs.google.com/spreadsheets/d/e/2PACX-1vRd14mMh-pANmFf5t4T3JWydTgsxu3LAUZumNWlcpCvt0Q6QCbCKIUSvAtgNBACy-ng/pubhtml>)

Anexo 2.

Tabla 64.

Encuesta humanización de la economía empresarial y la responsabilidad social corporativa aplicada en las Pymes del sector de las confecciones ubicadas en Bogotá D.C.

The image shows the cover of a doctoral thesis. At the top center is the logo of the Universidad de Celaya, featuring a blue and red figure and the text 'UNIVERSIDAD DE CELAYA EDUCACIÓN DE CLASE MUNDIAL CERCA DE TI'. Below the logo, the text 'DOCTORADO EN ADMINISTRACIÓN' is centered. At the bottom, there are three logos: 'UNIMINUTO' (Educación de Calidad al alcance de todos), 'Educación Inclusiva' (www.lauvirtual.com), and 'COLEGIO ONLINE' (COOPERACIÓN). The title of the thesis, 'HUMANIZACIÓN DE LA ECONOMÍA EMPRESARIAL Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA APLICADA EN LAS PYMES DEL SECTOR DE CONFECCIONES UBICADAS EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ D.C.', is printed in white on a green background at the bottom of the cover.

Introducción:

La presente encuesta tiene como fin, indagar sobre la concepción que tienen los empresarios sobre la humanización de la economía empresarial y la responsabilidad social empresarial, lo anterior tiene como fin crear un modelo de humanización de la economía empresarial y la responsabilidad social empresarial para ser aplicado por las PYMES del sector de las confecciones ubicadas en la ciudad de Bogotá D.C.

1.	¿De acuerdo con el tamaño de las Pymes y según su clasificación usted se desempeña en una empresa?	
	Microempresa: Personal no superior a 10 trabajadores.	
	Pequeña Empresa: Personal entre 11 y 50 trabajadores.	
	Mediana: Personal entre 51 y 200 trabajadores	
	Más de 201 trabajadores	
	No Sabe/ No responde	
2.	Genero	
	Masculino	
	Femenino	
3.	¿Su rango edad se encuentra entre?	
	18–20	
	26–30	
	31–35	
	36–40	
	41–45	
	46–50	
	Más de 50	

4.	¿Conoce el concepto de humanización de la economía empresarial?	
	Si	
	No	
	No Sabe/No responde	
5.	¿Conoce en que consiste el concepto de responsabilidad social corporativa?	
	Si	
	No	
	No Sabe/No responde	
6.	¿Sabía usted que el pacto mundial de naciones unidas mide desde lo económico el desempeño relacionado con informes estándares y monitoreo derechos humanos?	
	Si	
	No	
	No Sabe/No responde	
7.	¿Sabía usted que la gobernabilidad corporativa se refiere al ámbito general de los derechos de los accionistas?	
	Si	
	No	
	No Sabe/No responde	
8.	¿Conoce usted que el global reporting initiative el cual se rige por la ISO14000 para medir por medio de indicadores el sistema gestión ambiental y el código de conducta?	
	Si	
	No	
	No Sabe/No responde	

9.	¿Conoce algún modelo de responsabilidad social empresarial que le gustaría aplicar en su empresa?	
	Si	
	No	
	No Sabe/No responde	
10.	¿Sabía usted que los estándares laborales tienen como referencia la no discriminación y capacitación?	
	Si	
	No	
	No Sabe/No responde	
11.	¿A su empresa le interesa mitigar el impacto que se genera por la contaminación del medio ambiente y su impacto en la sociedad?	
	Si	
	No	
	No Sabe/No responde	
<p>www.lauvirtual.com * admisiones@lauvirtual.com Tel: (57)–3138959458 Dirección: Calle 154 A No. 94–80, Bogotá D.C.–Colombia</p>		
12.	¿Se identifica usted con la empresa con sus los valores, la transparencia y gobernabilidad corporativa?	
	Si	
	No	
	No Sabe/No responde	
13.	¿Su empresa cumple con los derechos humanos y cumple con la implementación del sistema de seguridad y salud en el trabajo?	
	Siempre	
	Casi Siempre	
	Algunas Veces	
	Muy pocas veces	
	Nunca	
No Sabe/No responde		

	¿De acuerdo con el global reporting initiative su empresa conoce y aplica indicadores políticos cómo rol del gobierno y lucha anticorrupción y soborno?	
14.	Siempre	
	Casi Siempre	
	Algunas Veces	
	Muy pocas veces	
	No Sabe/No responde	
	¿Su empresa cumple y realiza alianzas estratégicas con los grupos de interés?	
15.	Si	
	No	
	No Sabe/No responde	
	¿Conoce los impactos económicos directos e indirectos que genera su empresa?	
16.	Siempre	
	Casi Siempre	
	Algunas Veces	
	Muy pocas veces	
	Nunca	
	No Sabe/No responde	
	¿Su empresa vigila el cumplimiento y el respecto por la libertad sindical y promueve la no explotación del trabajo infantil?	
17.	Siempre	
	Casi Siempre	
	Algunas Veces	
	Muy pocas veces	
	Nunca	
	No Sabe/No responde	

18.	¿Su empresa genera informes para reducir el impacto medio ambiental?	
	Siempre	
	Casi Siempre	
	Algunas Veces	
	Muy pocas veces	
	Nunca	
19.	¿Conoce si su empresa ha apoyado alguna causa social en los últimos años?	
	Si	
	No	
20.	¿De acuerdo con el programa de naciones unidas para el desarrollo su empresa conoce los objetivos de desarrollo del milenio, los promueve y desarrolla?	
	Si	
	No	
	No Sabe/No responde	
<p style="text-align: center;">www.lauvirtual.com * admisiones@lauvirtual.com Tel: (57)–3138959458 Dirección: Calle 154 A No. 94–80, Bogotá D.C.–Colombia</p>		
22	¿Su empresa reconoce qué significa la gobernanza económica y el uso de los recursos comunes?	
	Si	
	No	
	No Sabe/No responde	

23.	¿Conoce usted si su empresa ha implementado el uso de energías renovables en sus métodos de producción o prestación de servicios?	
	Siempre	
	Casi Siempre	
	Algunas Veces	
	Muy pocas veces	
	Nunca	
24.	¿Sabe usted si su empresa ha implementado el uso de la robótica, automatización y la inteligencia artificial en sus métodos de producción y/o prestación de servicios?	
	Siempre	
	Casi Siempre	
	Algunas Veces	
	Muy pocas veces	
	Nunca	
25.	¿Sabe usted si su empresa ha creado y aplicado un ideario ético empresarial?	
	Si	
	No	
	No Sabe/No responde	
26.	¿Su empresa se encuentra interesada en incrementar el bienestar de la sociedad?	
	Siempre	
	Casi Siempre	
	Algunas Veces	
	Muy pocas veces	
	Nunca	
	No Sabe/No responde	

27.	¿Considera usted que su empresa paga un salario justo y lo percibe como una distribución justa con respecto a los salarios del mercado?	
	Siempre	
	Casi Siempre	
	Algunas Veces	
	Muy pocas veces	
	Nunca	
28.	¿Conoce si su empresa ha realizado campañas donde se evidencie actos de cooperación y solidaridad con sus clientes, proveedores y/o empleados?	
	Siempre	
	Casi Siempre	
	Algunas Veces	
	Muy pocas veces	
	Nunca	
29	¿Su empresa promueve planes de retiro y ahorro pensional?	
	Si	
	No	
	No Sabe/No responde	
30.	¿Considera usted que los empresarios pueden humanizar le economía empresarial y ser competitivos aplicando la responsabilidad social corporativa?	
	Si	
	No	
	No Sabe/No responde	
<p>www.lauvirtual.com * admisiones@lauvirtual.com Tel: (57) 3138959458 Dirección: Calle 154 A No. 94–80, Bogotá D.C.–Colombia</p>		

Fuente: elaboración propia.

REFERENCIAS

- Abramo, L. y Montero, C. (2000). *Tratado latinoamericano de sociología del trabajo*. Fondo de Cultura Económica.
- Acosta, G. (2018). Gobierno corporativo y poder desde la perspectiva de la teoría de agencia. Universidad Nacional de la Plata. *Revista digital FCE -UNLP (11)*, 41-54.
- Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo Internacional, (USAID). (2019). *About Colombia*. <https://www.usaid.gov/es/colombia>.
- Aguilera, R. (2018). La educación ambiental, una estrategia adecuada para el desarrollo sostenible de las comunidades. *Revista Delos Desarrollo Local Sostenible, (31)* <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6507881>.
- Aguilar, L. y Torres, C. (2012). *La base para la construcción de una sociedad más justa, fundamentada en el papel que juegan las empresas a la luz de la norma ISO:26.000*. <https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/2863/AguilarOrtega-Laura-2012.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Albanese, D. (2012). Análisis y evaluación de riesgos: aplicación de una matriz de riesgo en el marco de un plan de prevención contra el lavado de activos. *Revista de Administração e Contabilidade da Unisinos. (9)* 3, 206-215, <https://www.redalyc.org/pdf/3372/337228651001.pdf>.
- Araújo, A. J. (2013). La economía de empresa como eslabón en la evolución de la administración como ciencia. *Revista Visión Gerencial, (2)*, 241-257, <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545894009.pdf>.

- Arriagada, I., y Miranda, F. (2003). Capital social: potencialidades analíticas y metodológicas para la superación de la pobreza. *Estudios Sociológicos*, 23, (3), 557-584, <https://www.redalyc.org/pdf/598/59806303.pdf>.
- Arnold, M. y Osorio, F. (2008). *La nueva teoría social en Hispanoamérica. Introducción a la teoría de sistemas constructivista*. <https://core.ac.uk/download/pdf/55517315.pdf>.
- Banco Mundial. (2020). *Desarrollo Urbano*. <https://www.bancomundial.org/es/topic/urbandevelopment/overview>.
- Bancoldex. (s.f.). *Clasificación de las empresas en Colombia*, <https://www.bancoldex.com/es/sobre-bancoldex/quienes-somos/clasificacion-de-empresas-en-colombia-200>.
- Beltrán, A. (s.f.). *Los 20 problemas de la pequeña y mediana industria* <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5137544.pdf>.
- Bertalanffy Von, L. (1976). *Teoría general de los sistemas*. Editorial Fondo de Cultura Económica. México.
- Bronfenbrenner, U. (1987). *La ecología del desarrollo humano*. Barcelona, España, Paidós.
- Bonilla, R. (2019). *Resúmenes espirales dinámicas integrales*, v 5, 2018, https://www.researchgate.net/publication/333845174_Resumen_Espirales_Dinamicas_Integrales_v_5_2018.
- Bueno, E. (2017). La economía de la empresa y su desarrollo científico en clave multidisciplinar. *Encuentros Multidisciplinarios*, (56), 1-10, http://www.encuentros-multidisciplinares.org/revista-56/eduardo_bueno.pdf.
- Bunge, M. (1975). *Sistemas sociales. Elementos para una teoría formal del sistema social*. Madrid, Complutense. <https://sociologia1unpsjb.files.wordpress.com/2008/03/03-parsons-sistemas-sociales.pdf>.
- Brown, G. (2010). Los principios de la responsabilidad social empresarial, *Economía Informa*. <http://www.economia.unam.mx/publicaciones/econinforma/pdfs/363/06florbrown.pdf>.

- Cámara de Valencia. (2008). El diagnóstico previo y el plan de acción del RSE. *Cuadernos de trabajo responsabilidad social empresarial para pyme. (1)*, 22-23. http://www.rse.org.es/docs/camara_cuaderno_rse_no1.pdf.
- Carroll, A. B. (1991). *The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders*. Business Horizons.
- Banco de Desarrollo de América Latina, (CAF). (2013). *Lineamientos para un Código Latinoamericano de Gobierno Corporativo*. Caracas: CAF. <http://scioteca.caf.com/handle/123456789/555>.
- Coase, R. (1937). *La naturaleza de la empresa*. Williamson, Oliver (1996). Oxford University Press.
- Cruz, J.; Mendoza-Gómez, J., y Rositas, J. (2013). *Investigación exploratoria sobre los conceptos RSE y RSU*. XVIII Congreso Internacional de Contaduría y administración e informática ANFECA. (18). 1-24.
- Dahlsrud, A. (2006). How corporate social responsibility is defined: an analysis of 37 definitions. *Corps soc respons environ manage*, 15(1), 1-13.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística, (DANE). (2017). *Base de datos encuesta anual manufacturera*. https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/eam/Anexos_EAM_principales_variables_2017.xlsx.
- Dieterich, S. H.; Jiménez, H. L.; Ramphal, S., y Xercavins, J. (1999). *¿Sostenible?* Icarita.
- Duarte, C.; Alonso, S.; Benito, G.; Dachs, J.; Montes, C.; Pardo, M.; Valledares, F. (2006), Cambio Global Impacto de la actividad humana sobre el sistema tierra. *Consejo Superior de Investigaciones científicas*. http://aeclim.org/wp-content/uploads/2016/01/Cambio_global.pdf.
- EAE Business School. (2021). *Tres ejemplos de Responsabilidad Social Corporativa: Inditex, Ikea y Mercadona*. <https://retos-directivos.eae.es/tres-ejemplos-de-responsabilidad-social-corporativa-inditex-ikea-y-mercadona/>.

- Eco-Finanzas. (s.f.). *Pensamiento económico de Karl Marx*. <http://www.eco-finanzas.com/economia/economistas/Karl-Marx-Pensamiento-economico.htm>.
- Estévez, R. (2012). *Bienvenidos a la economía azul*. <https://www.ecointeligencia.com/2012/05/economia-azul-gunter-pauli/>.
- Fajardo, A. L. (2006). Desarrollo humano sustentable: concepto y naturaleza. *Revista Civilizar*, (10), 1-30, <https://revistas.usergioarboleda.edu.co/index.php/ccsh/article/view/727/610>.
- Fernández, L. (s.f.). Introducción a la economía de empresa. *Universidad de Cantabria*, <https://ocw.unican.es/pluginfile.php/1054/course/section/1231/Intro-Eco-Empresa4.pdf>.
- Fontrudona, J., y Sison, A. (2007). Hacia una teoría de la empresa basa en el bien común. *Revista Empresa y Humanismo* (2) 07, 65-92. https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/9795/1/REH_X_2_07_03.pdf.
- Gómez, C. (2017). Objetivos de desarrollo sostenible (ODS): una revisión crítica. *Papeles de relaciones ecosociales y cambio global* (140), 107-118, https://www.fuhem.es/media/cdv/file/biblioteca/revista_papeles/140/ODS-revision-critica-C.Gomez.pdf.
- González, C., y Rosas, D. (2016). Avances y retos en la formación para el trabajo en Colombia. *Banco Interamericano de Desarrollo*. <https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/7563/Avances-y-retos-en-la-formacion-para-el-trabajo-en-Colombia.pdf?sequence=1>.
- Gutenberg, E. (1961). Fundamentos de la economía de empresa: la producción (T. I, Trad. Guillermo H. Arnold). Buenos Aires-Argentina: *El Ateneo*. (Título original Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre, 1957) (Colec. Biblioteca de Ciencias Económicas, Sección Economía de Empresa).
- Gunter, P. (2011). *La economía azul: 10 años, 100 innovaciones, 100 innovaciones de Empleos*. Tusquets Editores S.A.
- Guinard, D. (2017). La regulación económica como instrumento de dirección estatal de la economía. *Revista digital de Derecho Administrativo*, (18), 2017, 77-224. 224, Universidad Externado de Colombia, <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/Deradm/article/view/5010/6110>.

- Hernández-Sampieri, R., y Mendoza, C. P. (2018). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw Hill.
- Indriago, L. F. (2010). La gerencia del siglo XXI ¿será más humana?, *Debates IESA 15 (1)*, 46-49, <http://virtual.iesa.edu.ve/servicios/wordpress/wp-content/uploads/2013/09/e-10indriago.pdf>.
- Inter American Development Bank. (2009). Guía de aprendizaje sobre la implementación de responsabilidad social empresarial en pequeñas y medianas empresas: clúster de proyectos promover la competitividad a través de la responsabilidad social empresarial, *Inter-American Development Bank Multilateral Investment Fund*, <https://publications.iadb.org/handle/11319/5384>.
- Organización Internacional de Normalización ISO 14001. (2014). ISO 14001: *Principios básicos del Sistema de Gestión Ambiental*, <https://www.nueva-iso-14001.com/2014/10/iso-14001-principios-basicos-del-sistema-de-gestion-ambiental/>.
- Organización Internacional de Normalización ISO:26000. (2010). *Guía de responsabilidad social*. <https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:es>.
- Organización Internacional de Normalización ISO:14020. (2000). *Etiquetas y declaraciones ambientales–Principios generales*, <https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:14020:ed-2:v1:es>.
- Izquierdo, R., y Grañana, I. (2005). La responsabilidad social corporativa (RSC) y su gestión integrada, CIRIEC-España, *Revista de Economía*. (53), 137-161.
- Indicadores de los objetivos de desarrollo del milenio (ODS). (2015). Objetivos de Desarrollo del Milenio: Tabla de Progreso 2015. https://millenniumindicators.un.org/unsd/mdg/Resources/Static/Products/Progress2015/Progress_S.pdf.
- Informe nacional de desarrollo humano Guatemala. (s.f). Objetivos de Desarrollo Sostenible, <http://desarrollohumano.org.gt/ods/cuales-son-los-ods/>.
- Jiménez, M. (2002). Educar para la responsabilidad social. *Universidad Construye País*, 2, https://www.grancancilleria.ucv.cl/pagina_rsu/documentos/educar_para_rs.pdf.

- López, O., Blanco, M., y Guerra, S. (2010). Creatividad organizacional como un factor clave en el proceso de gestión de la innovación para el desarrollo de nuevos productos, sector de estudio las PyMEs, *Innovaciones de Negocios*, (7), 65-88, <http://eprints.uanl.mx/12530/1/A4.pdf>.
- Marshall, A. (1890). *Principios de economía*, Macmillan, Londres (English versión Principios de Economía, Síntesis, 2 volúmenes, 2006).
- Manzano, J. (2016). *Hacia un desarrollo humano sustentable en Guanajuato*, México transformación de una arquitectura institucional. Universidad Bolivariana.
- Ménendez, M. J. (2003). *Fundamentos de economía*. México: McGraw-Hill Interamericana, Edición 4ta.
- Ménendez, M. J. (1997). *Fundamentos de economía*. México: McGraw-Hill Interamericana, Edición 3ª ed.
- Mehdi, S., y Mehdizadeh, G. (2010). *Quality of work life (QWL) and its relationship with performance*. Tehran: University Of FirouzkouhBranch.
- Moccia, S. (2012). ¿Es necesario humanizar las empresas?, *Humanismo y Trabajo Social*, (11), 71-86. <https://buleria.unileon.es/bitstream/handle/10612/3410/Salvador.pdf?sequence=1>.
- Monroy, R. (2012). *Konrad Lorenz. El sector textil en Colombia: ¿Cómo ser más competitivos?* http://www.konradlorenz.edu.co/images/publicaciones/suma_negocios_working_papers/2012-v2-n1/04_textil_moda.pdf.
- Moreno, A., y Rendón, J. A. (2005). La corriente objetiva y la corriente subjetiva: un debate entre economía política y simplemente economía. Una perspectiva crítica, *Revista Entramado*, (1) 2, 53. <https://www.redalyc.org/pdf/2654/265420471006.pdf>.
- Morcillo, P. (1997). *Dirección estratégica de la tecnología e innovación. Un enfoque de competencias*. Editorial Civitas, Madrid.
- Nasl, S., y Dargahi, H. (2006). Study of Quality of Work Life (QWL), Dept of Health CareManagement, School of Allied Medicine, *Tehran University of Medical Sciences, Iran. Iranian J PublHealth*, (35), 8-14.

- Nikitin, P. (1977). *Economía política*, Segunda edición. México: Editores Mexicanos.
- Nuñez, G. (2003). La responsabilidad social corporativa en un marco de desarrollo sostenible. *Cepal serie medio ambiente y desarrollo* https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5779/S0310754_es.pdf;sequence=1.
- Instituto de Asuntos Económicos (lealondon), (2016). Prof Elinor Ostrom speaks on market failure and government regulation. <https://www.youtube.com/watch?v=xta1vPkSjk4&t=6s>
- Palmer, T. (2012). Lo que el dinero no puede comprar, los límites morales del mercado. *Revista Reason (EE. UU.)*. <https://www.elcato.org/resena-lo-que-el-dinero-no-puede-comprar-los-limites-morales-del-mercado>.
- Patiño, D. (2018). Marco legal de la responsabilidad social empresarial. Corporación Universidad de la Costa. <https://repositorio.cuc.edu.co/bitstream/handle/11323/1068/1129581808.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Patiño, J. G. (2019). La cuarta revolución industrial. *Ingenierías USBMed*, 10 (1), 1-1, <https://doi.org/10.21500/20275846.4032>.
- Porter, M., y Kramer, M. (2011). La creación de valor compartido, *Harvard Business Review*. <https://www.iarse.org/uploads/Shared%20Value%20in%20Spanish.pdf>.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). (2015). Informe sobre Desarrollo Humano 2015.
- Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). (s.f.). *¿Qué son los objetivos de desarrollo sostenible?* <http://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals.html>.
- Ramstad, E. (2009). Promoting performance and the quality of working life simultaneously. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 58, 423-436.

- Ramos, M. (2007). La humanización de las organizaciones en el siglo XXI. *Anuario Jurídico y Económico Escurialense*. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2267942.pdf>.
- Ramis, A. (2013). El concepto de bienes comunes en la obra de Elinor Ostrom. *Ecología Política*. <https://www.ecologiapolitica.info/?p=957>.
- Red Sostenible y Creativa (2013). Economía humanizada declaración de principios. *Red Sostenible y Creativa*, <http://www.sostenibleycreativa.org/manifiesto/economia-humanizada-intro/economia-humanizada-declaracion-de-principios>.
- Rodríguez, A.; García J., y Peña, M. (2008). La metodología científica en economía de la empresa: en la actualidad. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, (11) 2, 143-162. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2796390.pdf>.
- Rodríguez, M.; Fernández, S. y Rodríguez, J. (2013). Estructura del consejo de administración y rendimiento de la empresa española cotizada. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 22, 155-168, <http://dx.doi.org/10.1016/j.redee.2012.10.002>.
- Rossetti, J. P. (1985). *Introducción a la economía enfoque latinoamericano*, 7a. ed., México: Harla.
- Ruiz, A. (2018). Un nobel que humaniza las decisiones económicas. *Cinco Días El País*. https://cincodias.elpais.com/cincodias/2017/10/16/mercados/1508151566_513878.html.
- Rojas, O.; Mavila, D., y Cortes, A. (2013). Teoría de Popper y los riesgos en la Ingeniería. *Producción y Gestión*. 16(1), 58-69. http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/publicaciones/indata/v16_n1/pdf/a07v16n1.pdf.
- Sánchez, D. (2013). Influencia de la calidad de vida laboral en los individuos y las organizaciones. *Repositorio de la Universidad de la Sabana*. <https://intellectum.unisabana.edu.co/bitstream/handle/10818/9788/Dayana%20Lorena%20S%C3%A1nchez%20Ortiz%20%28TESIS%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Salvatore, M. (2021). ¿Es Necesario Humanizar las Empresas? <https://buleria.unileon.es/bitstream/handle/10612/3410/Salvador.pdf;jsessionid=7527538D50EFA036C761A3528720E9E7?sequence=1>

- Shimazaki, H. (1993). *La filosofía del éxito: el lado humano de la empresa japonesa*. Limusa.
- Schumpeter, J. A. (1963). *Teoría del desenvolvimiento económico. Una investigación sobre ganancia, capital, crédito, interés y ciclo económico*, (3 ed.). Fondo de Cultura Económica.
- Schwartz, M. (2011). *Corporate Social Responsibility. Canada: Broadview Press*.
- Society 5.0. Cabinet Office. (s.f.). *¿What is Society 5.0? Cabinet office*. https://www8.cao.go.jp/cstp/english/society5_0/index.html.
- Superintendencia Financiera de Colombia. (s.f.). Superintendencia Financiera de Colombia, <https://www.superfinanciera.gov.co/descargas?com=institucional&name=pubFile1000162&download-name=tablaciiu.xls>.
- Thaler, R. (2018). Economía del comportamiento: pasado, presente y futuro. *Revista de Economía Institucional* (20)38, 9-43. <http://www.scielo.org.co/pdf/rei/v20n38/0124-5996-rei-20-38-00009.pdf>.
- Unidad de Planeación Minero-Energética. (2017). *Normatividad Ambiental y Sanitaria*, http://www.upme.gov.co/guia_ambiental/carbon/gestion/politica/normativ/normativ.htm#BM1__
- Universidad Abierta y a Distancia (UNAD). (2016). Teoría Ecológica de Bronfenbrenner. http://datateca.unad.edu.co/contenidos/434202/2013_2/Contenido_en_Linea/leccin_7_teora_ecologica_de_bronfenbrenner.html.
- Valencia, J., y Bernal, J. A. (2016). *Un modelo didáctico para comprender el bosón de Higgs como parte del modelo estándar de partículas elementales*. <https://www.redalyc.org/journal/104/10446094008/html/>.
- Vargas, G. (2006). *Introducción a la teoría económica. Un enfoque latinoamericano*, 7a. ed., México: Prentice Hall.
- Wei Choo, C. (1999). *La organización inteligente: el empleo de la información para dar significado, crear conocimiento y tomar decisiones*. México: Oxford University Press.

La presente publicación indaga sobre las prácticas en responsabilidad social durante el siglo XXI, las cuales, no se han asumido con sensatez por las grandes compañías, empresas y multinacionales con respecto a los impactos ambientales y sociales generados a nivel global, es importante mencionar que este comportamiento tan recurrente no genera una ventaja competitiva y de valor agregado para los grupos de interés. Lo anterior, debido a las malas prácticas en responsabilidad social corporativa. De acuerdo con esto, este libro realiza una revisión de autores, conceptos y teorías de la humanización de la economía empresarial, responsabilidad social, Responsabilidad Social Empresarial (RSE), y Responsabilidad Social Corporativa (RSC). Igualmente, se identifican indicadores de medición existentes sobre la responsabilidad social corporativa.



UNIMINUTO
Corporación Universitaria Minuto de Dios
Educación de calidad al alcance de todos

Rectoría Bogotá - Presencial

Bogotá D.C. Calle 81B No. 72B - 70
Teléfono +(57)1 - 291 6520
www.uniminuto.edu