

**TENDENCIAS EN LA CREACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS SOCIAL Y
MEDIOAMBIENTALMENTE SOSTENIBLES DESDE LA PERSPECTIVA DE LA
UNIVERSIDAD COMPLUTENSE.**

JORGE ALBERTO SOLANO MARCIXGCLIA

Universidad Industrial de Santander

Facultad de Ingenierías Fisicomecánicas

Escuela de Estudios Industriales y Empresariales

Maestría en Gerencia de Negocios - MBA

Bucaramanga

2024

**TENDENCIAS EN LA CREACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS SOCIAL Y
MEDIOAMBIENTALMENTE SOSTENIBLES DESDE LA PERSPECTIVA DE LA
UNIVERSIDAD COMPLUTENSE.**

JORGE ALBERTO SOLANO MARCIXGCLIA

**Proyecto de grado presentado como requisito para optar al título de
Magister en Gerencia de Negocios MBA**

Director

PhD. ORLANDO ENRIQUE CONTRERAS PACHECO

Universidad Industrial de Santander

Facultad de Ingenierías Fisicomecánicas

Escuela de Estudios Industriales y Empresariales

Maestría en Gerencia de Negocios - MBA

Bucaramanga

2024

AGRADECIMIENTOS

A Dios y la Virgen por la oportunidad de estudiar, de darme fuerzas para alcanzar todo lo que me propongo y cumplir mis objetivos.

A mis padres y a todos mis seres queridos que desde el cielo están presentes en mis oraciones y me acompañan en todo momento.

A mi director, al Dr. Carlos Eduardo Diaz y a la Dra. Aura Cecilia Pedraza, quienes me apoyaron en la iniciativa de realizar la movilidad internacional a España, de estudiar en la Escuela Complutense de verano de la Universidad Complutense en Madrid – España y ser el primer estudiante de la Maestría en Gerencia de Negocios – MBA de la UIS en 18 cohortes en cumplir este logro.

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
1. INTRODUCCIÓN	13
2. PLANTEAMIENTO Y JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA/OPORTUNIDAD	17
3. OBJETIVOS	21
3.1 Objetivo General	21
3.2 Objetivo Específico	21
4. MARCO TEÓRICO	22
5. PLAN DE TRABAJO	30
6. ESTANCIA INTERNACIONAL EN LA UNIVERSIDAD COMPLUTENSE	36
7. ANÁLISIS REFLEXIVO: Tendencias en la creación y dirección de empresas social y medioambientalmente sostenibles desde la perspectiva de la Universidad Complutense.	40
8. SOCIALIZACIÓN DEL CONOCIMIENTO A LA COMUNIDAD UIS.	51
8.1 Primera socialización del conocimiento a la comunidad académica de la UIS; Movilidad internacional de la Maestría en Gerencia de Negocios - MBA, cohorte 18, realizada a la Escuela Complutense de Verano de la Universidad Complutense en Madrid – España, en julio de 2023.	52
8.2 Segunda socialización del conocimiento a la comunidad académica de la UIS; Movilidad internacional de la Maestría en Gerencia de Negocios - MBA, cohorte 18, realizada a la Escuela Complutense de Verano de la Universidad Complutense en Madrid – España, en julio de 2023.	55
9. CONCLUSIONES	58

TRABAJO DE APLICACIÓN, MOVILIDAD INTERNACIONAL ESTANCIA UCM	5
10. RECOMENDACIONES	60
11. ANEXOS	61
11.1 Objetivos de Desarrollo Sostenible – ODS.	61
11.2 Correo soporte entrega socialización profesional de calidad académica	68
EEIE UIS	
12. BIBLIOGRAFÍA	69

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. <i>Listado de semestre, asignaturas, profesor y horarios, programa Ingeniería Industrial primer semestre 2024</i>	51

ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. <i>Elementos del emprendimiento social</i>	22
Figura 2. <i>Certificado Universidad Complutense Madrid España 2023.</i>	37
Figura 3. <i>Certificado Universidad Benemérita Autónoma de Puebla México 2023.</i>	39
Figura 4. <i>CONFECARAMAS, Estudio La Supervivencia Empresarial en Colombia 2017 a 2022, basado en RUES</i>	49
Figura 5. <i>Objetivos de desarrollo sostenible, Naciones Unidas 2015</i>	67

GLOSARIO

Cashflow: (flujo de caja o de tesorería) es un concepto que explica los flujos de entradas y salidas de caja (de efectivo) aplicado a las empresas sociales y medioambientalmente para su sostenibilidad, se debe hacer en periodos anuales y comparativos preferiblemente.

Crowdfunding: Forma de financiación online que prescinde de los intermediarios financieros como bancos para obtener el impulso económico a través de donaciones de usuarios cuya motivación puede ser altruista y/o a cambio de algún tipo de recompensa relacionada con el proyecto.

Empresa Social: Organización cuyo principal objetivo es abordar problemas sociales o ambientales a través de modelos de negocio sostenibles sin ánimo de lucro y sin ánimo de pérdida.

Emprendimiento Social: Proceso de identificar, desarrollar y poner en marcha soluciones innovadoras para problemas sociales o ambientales, generalmente a través de la creación de empresas sociales u organizaciones sin fines de lucro.

EVPA. European Venture Philanthropy Association (comunidad activa de organizaciones cuya visión y objetivo común consiste en crear un impacto social positivo a través de la filantropía).

IRIS: Impact Reporting and Investment Standards (métricas estandarizadas que se puede utilizar para describir el desempeño social, ambiental, y financiero de una organización)

MADS: Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible de Colombia,
<https://www.minambiente.gov.co/>

Modelo de Negocio Social: Estructura y estrategia empresarial que una empresa social emplea para generar ingresos mientras aborda problemas sociales o ambientales. Este modelo puede combinar elementos de lucro y beneficio social.

Networking: Práctica profesional que conecta a personas de forma presencial o virtual en entornos profesionales con el objetivo de crear nuevos contactos, fortalecer relaciones laborales y generar sinergias entre ellos.

ODS: Objetivos de Desarrollo Sostenible,
<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

QS: Quacquarelli Symonds - World University Rankings®,
<https://www.topuniversities.com/university-rankings>

RSE: Responsabilidad Social Empresarial, Compromiso de las empresas con el impacto social y ambiental de sus operaciones, más allá de sus obligaciones legales, con el objetivo de contribuir al desarrollo sostenible.

RUES: Registro Único Empresarial, de que trata el artículo 11 de la Ley 590 de 2000, que integró el Registro Mercantil y el Registro Único de Proponentes, <https://www.rues.org.co/>

SROI: Social Return On Investment (estudio para identificar, visibilizar y cuantificar el valor social, ambiental y socioeconómico).

Stakeholders (Grupos de interés): Son todas aquellas personas u organizaciones que se relacionan con las actividades y decisiones de una empresa como: empleados, proveedores, clientes, gobierno, accionistas y las comunidades, entre otros.

UCM: Universidad Complutense, Madrid España, <https://www.ucm.es/>

UCM - ECV: Escuela Complutense de Verano, <https://www.ucm.es/escuelacomplutense/>

Xposable: Comunidad empresarial que permite visibilizar y reconocer los proyectos más impactantes que están generando un cambio contundente en los ámbitos sociales, económicos y ambientales, <https://xposable.com/>

RESUMEN

Título: Tendencias en la creación y dirección de empresas social y medioambientalmente sostenibles desde la perspectiva de la universidad complutense*.

Autor: Jorge Alberto Solano Marcixgclia**

Palabras claves: Estrategias, Huella de carbono, Inversión, Negocio, Networking.

Descripción: Las empresas sociales y medioambientalmente sostenibles son aquellas que integran preocupaciones sociales y ambientales en su modelo de negocio, siendo empresas sin ánimo de lucro y sin ánimo de pérdida para ser autosostenibles en el tiempo. Estas organizaciones adoptan prácticas que buscan minimizar su impacto negativo en el medio ambiente, promover la equidad social y contribuir al desarrollo sostenible dentro de una comunidad o comunidades acorde a su desarrollo y crecimiento; en lugar de centrarse exclusivamente en maximizar las ganancias, estas empresas consideran también el bienestar de las personas y del planeta. Al realizar la movilidad internacional a la Universidad Complutense en Madrid España para el desarrollo del presente trabajo de grado, se lograron identificar diversas estrategias como la sostenibilidad climática, economía circular, inversión de impacto, tecnologías emergentes e innovación, entre otras; con lo que se espera que, si alguna empresa las aplican, puedan validar su compromiso con la responsabilidad social y ambiental, lo que les permitiría diferenciarse en el mercado, atraer a consumidores y socios que le aporten al cambio. Con las ocho estrategias de sostenibilidad planteadas en el presente trabajo, no solo se busca obtener beneficios económicos, sino también, se busca generar un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente, por medio de las cuales, se contribuyan a un mundo más equitativo, saludable y sostenible.

* Trabajo de grado.

** Facultad de Ingenierías Fisicomecánicas, Escuela de Estudios Industriales y Empresariales, Maestría en Gerencia de Negocios – MBA, Director: PhD. Orlando Enrique Contreras Pacheco.

ABSTRACT

Title: Trends in the creation and management of socially and environmentally sustainable companies from the perspective of the Complutense University*.

Author: Jorge Alberto Solano Marcixgclia**

Key Words: Strategies, Carbon footprint, Investment, Business, Networking.

Description: Socially and environmentally sustainable companies are those that integrate social and environmental concerns into their business model, being non-profit companies with no intention of loss to be self-sustainable over time. These organizations adopt practices that seek to minimize their negative impact on the environment, promote social equity and contribute to sustainable development within a community or communities according to their development and growth; Instead of focusing exclusively on maximizing profits, these companies also consider the well-being of people and the planet. During the international mobility to the Complutense University in Madrid, Spain for the development of this degree project, several strategies were identified, such as climate sustainability, circular economy, impact investment, emerging technologies and innovation, among others; with which it is expected that, if any company applies them, they can validate their commitment to social and environmental responsibility, which would allow them to differentiate themselves in the market, attract consumers and partners that contribute to change. The eight sustainability strategies presented in this paper seek not only to obtain economic benefits, but also to generate a positive impact on society and the environment, contributing to a more equitable, healthy, and sustainable world.

* Degree Work

** Faculty of Physicomechanical Engineering, School of Industrial and Business Studies, Master in Business Management - MBA, Director: PhD. Orlando Enrique Contreras Pacheco.

1. INTRODUCCIÓN

Las empresas con impacto social son aquellas que contribuyen positivamente al medio ambiente o a la sociedad, al mismo tiempo que son rentables como negocio. El propósito principal de establecer una empresa social es garantizar que las ganancias obtenidas (beneficios, rentabilidad y márgenes brutos) se reinviertan en el propio negocio, en la comunidad, en su desarrollo y crecimiento. Asimismo, las empresas comprometidas con la sostenibilidad ambiental buscan abordar problemas tanto a nivel empresarial como comunitario, e incluso a nivel nacional si fuera necesario.

Según Yunus (2006), una empresa social y ambientalmente sostenible, es una organización sin dividendos que existe para abordar un problema social. Los inversores pueden recuperar su inversión, pero no enriquecerse y por tanto los beneficios se reinvierten en la organización para no desviar la misión social de la empresa (Banker to the Poor: micro-lending and the battle against world poverty).

En la actualidad, se presenta un contexto económico, ambiental y social que motiva a desarrollar soluciones útiles y sostenibles para los desafíos a los que se enfrenta la sociedad. Se deben buscar formas atípicas para crear y generar ideas de negocio, donde se piense sin limitaciones, además de la demanda y el ambiente social que lleva a considerar la construcción y co-creación de empresas y procesos que tengan un valor agregado para diferentes públicos de interés.

En cada decreto, los gobiernos están promoviendo opciones para fomentar la creación de empresas sociales con enfoques ambientales que contribuyan al desarrollo de una zona o región. Estas empresas se convierten en agentes de cambio en la sociedad al buscar más allá de los beneficios económicos. Su modelo de negocio se centra en implementar acciones transformadoras continuas y proponer soluciones novedosas a problemas sociales, económicos o ambientales ignorados, con el objetivo de beneficiar a la comunidad y abrir nuevas oportunidades comerciales.

En la actualidad, existen diversos retos que no se han abordado desde una perspectiva empresarial, pues se asume que al guardar relación con los temas sociales son responsabilidad de fundaciones, movimientos sociales u organizaciones sin ánimo de lucro. Sin embargo, las empresas sociales llegan para demostrar que muchos desafíos se pueden solucionar por medio de la innovación social con un alto potencial de ganancia, es decir, con una perspectiva de sostenibilidad financiera en que el negocio (además de lograr un cambio social) resulte ser viable y rentable. Si bien el número de iniciativas con fines sociales está aumentando gracias a la gestión de los gobiernos de turno, los aportes de los recursos de los países desarrollados a los países menos favorecidos y las ayudas de las diferentes ONG sin ánimo de lucro, la mediación de su impacto en el valor social y la eficiencia de los recursos invertidos aún no se ha explorado a profundidad teniendo en cuenta los tiempos, los seguimientos que se hace a cada empresa y los rumbos que están tomando cuando dejan de tener la asesoría y compañía del inversor inicial. Lo anterior permite que cada empresa sea un modelo de negocio el cual compita de forma organizada con empresas privadas de trayectoria siempre y cuando mejore su sostenibilidad y rentabilidad en el tiempo, pues resulta indispensable conocer en qué medida los apoyos que se proporcionan a las empresas sociales tienen un impacto tanto en las comunidades como en el fortalecimiento de sus modelos de negocio.

A pesar de que la responsabilidad social empresarial es una de las labores a las que las compañías y los gobiernos han prestado especial atención en los últimos años en Colombia y el mundo, su historia se puede remontar a casi un siglo de existencia con el nacimiento y la creación de pequeñas fundaciones y proyectos filantrópicos en países como Reino Unido o Francia. En 1919 se establece la Organización Internacional del Trabajo (OIT) como la primera organización que surgió con el propósito de mejorar las condiciones laborales y los asuntos relacionados con el trabajo logrando que las sociedades se fortalecieran gracias a la implementación de acciones donde el beneficio fuera mutuo. En los últimos 20 años (2002 – 2022) ha crecido la creación de empresas ubicadas en el denominado cuarto sector de la economía, en el que se encuentran empresas que generan impacto social y ambiental, al tiempo que por medio de actividades comerciales, logran generación de ingresos económicos y sostenibilidad, esto gracias a los planes implementados con cada gobierno y sus programas sociales y ambientalmente sostenibles.

Con la presente estancia, se realizó una movilidad internacional para realizar el curso: Creación y dirección de empresas social y medioambientalmente sostenibles: las claves de un modelo de negocio competitivo en la Universidad Complutense ubicada en Madrid – España, con un enfoque cualitativo y el tipo de estudio descriptivo, para identificar tendencias en la creación y dirección de empresas sociales y medioambientalmente sostenibles en Colombia bajo un sistema de innovación y aplicado a la maestría en gerencia de negocios. La motivación de realizar el curso y vivir la experiencia en una universidad que esta entre las 300 mejores del mundo según el ranking de shanghai 2022, es la experiencia que tiene la universidad en los diferentes modelos de negocio y como a partir de los estudios realizados en los diferentes trabajos de investigación establecer

ocho (8) estrategias sostenibles y proponerla para Colombia de acuerdo a las regiones y contextos sociales.

2. PLANTEAMIENTO Y JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA / OPORTUNIDAD

El concepto de empresa social y medioambientalmente sostenible no tiene una definición única. Sin embargo, los historiadores del concepto sitúan sus orígenes en el movimiento ambientalista y en la economía ambiental. El movimiento ambientalista se comienza a organizar en los años 70 (Kline, 2011) la idea de sostenibilidad como conservación del medio natural, amenazado por la polución constante de las industrias y el crecimiento de la población (Castro, 2004). Desde el punto de vista social y ambientalista, el crecimiento económico debe restringirse para evitar un daño irreversible al planeta tierra (Meadows et al. 1972).

Por otro lado, la visión dominante en la economía social considera la sostenibilidad como la optimización de los recursos naturales para garantizar un crecimiento económico perdurable (Pearce, 2002, p. 57). Contrario a la visión ambientalista de restricción del crecimiento, la economía ambiental propone la liberalización de los mercados y la transferencia de tecnología como un mecanismo efectivo para lograr la eficiencia en el uso de los recursos, lo que para esta corriente redundaría en mejoras ambientales (Castro, 2004).

En un estudio realizado por RECON (2018), en el que se encuestaron emprendimientos sociales en Colombia, se identificó a directores de 500 empresas del cual el 90% de estos son entidades sin fines de lucro, sin embargo, el emprendimiento social en Colombia no es reconocido como un modelo de negocio o de generación de ingresos. Más del 60% de los emprendedores sociales encuestados no tienen personería jurídica o no están registrados formalmente ante ninguna Cámara de Comercio, lo que hace difícil identificar la cantidad de emprendimientos de este estilo

que se tienen en el país; proceso que afecta su registro de empresas sociales y ambientalmente sostenibles.

Independientemente del sector al cual se dediquen, las compañías producen unas consecuencias sociales, económicas y medioambientales en la sociedad, sus individuos y el entorno en el cual opera. Por tanto, el impacto social en una empresa es la huella que su actividad deja en la comunidad. El impacto social es un valor estratégico en auge: cada vez importan más los efectos de las actividades empresariales en el planeta y en la sociedad. Los consumidores cada vez se preocupan más de su tipo de consumo y se fijan en sí, si sus decisiones de compra tienen un efecto nocivo o no. Así, consumir de forma responsable y sostenible es más importante que nunca. Por ello, los objetivos sociales y medioambientales de las empresas deben estar alineados al máximo con los valores individuales de los consumidores (Yunus 2006 - Banker to the Poor: micro-lending and the battle against world poverty).

Existen diversas acciones que las empresas pueden llevar a cabo para mejorar o implicarse en su impacto social logrando generar un apalancamiento que permita a las personas y su entorno progresar. Entre las más relevantes encontramos:

1. Ofrecer y garantizar unas condiciones de trabajo justas y dignas. Esto incluye salarios, vacaciones y descansos, seguridad y cumplimiento de las leyes laborales.
2. Crear una plantilla de trabajo diversa y garantizar un acceso y una promoción laboral igualitaria. Esto quiere decir no discriminar por razones de género, raza o clase y velar por la integración e igualdad de oportunidades y derechos de colectivos excluidos del mercado laboral, como las personas con discapacidad.

3. Velar por la creación y consecución de políticas medioambientales justas con el entorno, reduciendo al máximo el impacto que pueda generar su actividad en los niveles de contaminación del agua o del aire y respetando la vida y la dignidad de los seres vivos de su hábitat.
4. Garantizar que la actividad empresarial no contribuya a crear o fomentar injusticias en las sociedades en las que opera¹.

De acuerdo con lo anterior, toda empresa social y medioambientalmente creada, debe establecer unos índices de medición que sirvan para rendir cuentas de su desempeño valorando las acciones que se han llevado a cabo o las cuales se plantea establecer. No existen un marco de referencia único para medir una empresa o emprendimiento social ya que existen diversas metodologías usadas, sin embargo, es importante que se establezcan esos métodos que se puedan aplicar de acuerdo con el entorno. Entre las metodologías más relevantes para medir una empresa social se encuentra:

1. **Teoría del cambio.** Esta metodología es una hoja de ruta que permite analizar el efecto causal entre las actividades de una empresa y su impacto social. Se caracteriza por ir de atrás a adelante, es decir, se empieza por definir los objetivos a conseguir para después definir las estrategias y acciones para llevarlos a cabo.
2. **Metodología EVPA.** Creada por la European Venture Philanthropy Association, consiste en aplicar una guía estandarizada de medición de impacto. Los pasos por seguir para llevar a cabo esta metodología son:

¹ Tomado de: El impacto social de las empresas: la revolución de las empresas sociales

- Establecimiento de objetivos.
- Análisis de los stakeholders o públicos de interés.
- Medición de resultados.
- Verificación y valoración del impacto.
- Reportar y realizar seguimiento del impacto.

3. Social Return of Investment (SROI). Consiste en asignarle un valor monetario al impacto social generado. Está basado en el indicador económico del ROI, pero añadiendo el concepto de valor social.

4. IRIS o Impact Reporting and Investment Standards. Es un catálogo de métricas para la medición del valor social, medioambiental y financiero.

En el presente trabajo de aplicación, se analizaron las metodologías que se utilizan y suscitan desde el curso, y las cuales deben cumplir las empresas sociales y medioambientalmente sostenibles de acuerdo con los criterios establecidos en el marco de la enseñanza y así mismo, identificar cuáles serían esas estrategias sostenibles afines que se pudieran implementar en Colombia teniendo en cuenta las diferentes alternativas y oportunidad de emprendimiento social que se pueden organizar. De igual forma, socializarlas a los estudiantes del programa de Ingeniería Industrial como opciones teniendo en cuenta las diferentes idiosincrasias y expectativas para llegar a un fin establecido y fácil de implementar.

3. OBJETIVOS

3.1 Objetivo General.

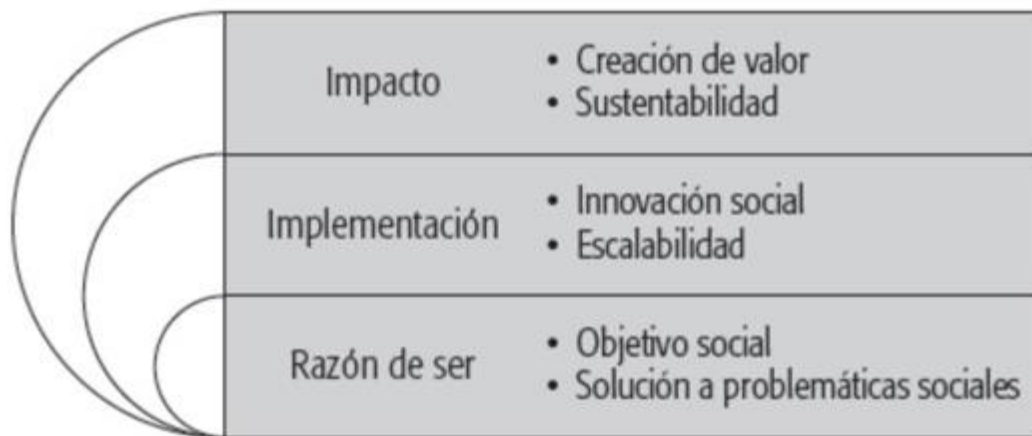
Identificar tendencias en la creación y dirección de empresas sociales y medioambientalmente sostenibles a partir de una estancia internacional en la Universidad Complutense (Madrid – España) aplicable al contexto colombiano.

3.2 Objetivos específicos.

1. Profundizar en el tópico de la creación y dirección de la empresa social y medioambientalmente sostenibles desarrollando una estancia internacional en la Universidad Complutense.
2. Generar un análisis reflexivo para Colombia sobre las empresas social y medioambientalmente sostenible, a partir de los conocimientos obtenidos en la estancia desarrollada.
3. Socializar el conocimiento aprendido sobre tendencias en la creación y dirección de empresas sociales y medioambientalmente sostenibles en una charla dirigida a la comunidad UIS.

4. MARCO TEÓRICO

El concepto de empresa social se encuentra dentro de la teoría administrativa de emprendimiento social, la cual es relativamente joven y por tanto no existe un consenso claro sobre el término (Mair & Marti, 2006). De las definiciones que se han construido se destacan seis elementos como distintivos del emprendimiento social, los cuales pueden ser clasificados en tres niveles: razón de ser, implementación e impacto (figura 1)



Fuente: Vásquez M. (2014) La empresa social como detonadora de calidad de vida y desarrollo sustentable en comunidades rurales.

Figura 1. *Elementos del emprendimiento social*

Sobre la razón de ser de los emprendimientos sociales se encuentran dos elementos claves. El primero es el objetivo social, el cual hace referencia a la necesidad de incidir positivamente en alguna problemática que se presente en un grupo o sector de la sociedad (Campbell, 1998; Peredo & McLean, 2006; Yunus, 2010). El segundo elemento es la capacidad que tiene para dar solución a problemas locales; es decir, el modelo de negocio se orienta hacia la solución permanente de una problemática, creando equilibrios que garantizan un beneficio

permanente (Bugg-Levine, Ko-gut & Kulatilaka, 2012; Dees, 2007; Martin & Osberg, 2007; Sullivan Mort, Weerawardena y Carnegie, 2003).

De acuerdo con lo anterior, en Colombia tradicionalmente, se han clasificado las industrias dentro de tres sectores económicos. El primero, es el sector privado, que enfoca el propósito de sus actividades en generar ingresos y beneficios para los accionistas o dueños de las compañías, las empresas clasificadas en este sector obtienen sus ingresos de actividades comerciales. El segundo es el sector público, que está enfocado en generar beneficio para la sociedad, son empresas controladas por el Estado o el gobierno local y recibe sus ingresos de los impuestos; y el tercero, se le conoce como el sector sin ánimo de lucro (empresas sociales y ambientalmente sostenibles), en el que se clasifican las empresas que buscan como objetivo principal el beneficio de ciertas poblaciones y que reciben su financiación de donaciones, en este sector ubicamos las ONG y fundaciones (Gómez 2021).

Según estudios del MADS en Colombia al año 2022 cuenta como alrededor de 4000 negocios que están enmarcados en los ODS los cuales dinamizan la economía y generan empleo a diferentes sectores sociales y zonas ambientalmente sostenible que protegen los recursos naturales y los cuales aportan a la generación de nuevos empleos a diferentes sectores sociales que buscan dinamizar la producción en el país. Entre el 2021 y el 2022 se aprobaron 930 nuevos negocios enfocados en impacto social y medioambientalmente sostenibles, de los cuales, 400 fueron avalados por el MinAmbiente y 530 contaron con la verificación de diferentes autoridades ambientales y sociales del país. Los emprendimientos y negocios sociales y ambientalmente sostenibles tienen presencia en 750 municipios de los 32 departamentos; registran 71.519 asociados, lo que significa 44.623 empleos. De estos, 25.075 los ocupan hombres y 19.548 mujeres,

y aportan al desarrollo económico de Colombia ventas anuales que superan los 700.511 millones de pesos.

Dentro de los procesos de afirmación y aporte al desarrollo de ideas y emprendimientos de negocios sostenibles, entre las diferentes propuestas de reconocimiento, cabe destacar el seguimiento y apoyo que hace la caja de compensación familiar COLSUBSIDIO y su comunidad Xposible quien en el año 2022 dio reconocimiento a 12 empresas de 245 participantes que se postularon y las cuales generan un impacto positivo en el ámbito social, económico y ambiental. Cabe resaltar que este ecosistema ya cuenta hoy en día con más de 9.000 pequeñas, medianas y grandes empresas que tienen en común acciones por un crecimiento económico con equilibrio en lo social y ambiental. Las 12 empresas que fueron reconocidas por su labor social y ambientalmente sostenible fueron:

1. Acción Popular - ACPO: MIA. Por su programa de desarrollo socioeducativo para la mujer excombatiente del conflicto armado en Colombia (Mestiza, Indígena, Afrodescendiente).
2. Agropecuaria El Remanso Tame. Por su apuesta competitiva y sostenible de ganadería bovina e innovar en la reconversión productiva, conservación y servicios ecosistémicos con agrosistemas para mitigar el cambio climático.
3. Almacenes Éxito. Desarrolló un modelo de ganadería sostenible que monitorea al ciento por ciento de sus proveedores de ganado en pie en 13 departamentos, fomentando las buenas prácticas sociales, ambientales y de bienestar animal.

4. Camacol. ‘Construimos a la Par’ busca crear más y mejores condiciones para las mujeres del sector de la construcción.

5. CityHuerta: Agricultura urbana a gran escala con enfoque comercial. Construye y administra huertas agroecológicas (sin agroquímicos) en cubiertas y terrazas de edificios, ofreciendo bienestar a las personas y un impacto ambiental positivo. En la parte social trabaja con campesinos reinsertados del conflicto.

6. Constructora Bolívar: Proyecto ‘Tu hogar tu recompensa’. Apoya a los trabajadores de obra para adquirir vivienda propia y a mejorar la planificación de sus finanzas personales y familiares para cumplir sus sueños.

7. EPM. El proyecto Cobertura lleva energía a las familias de Antioquia a través del desarrollo e implementación de una solución individual solar fotovoltaica, en las áreas rurales donde la electrificación convencional no es factible.

8. Gerdau Diaco. El proyecto Gestionando y Reciclando tiene como objetivo empoderar a la población recicladora en Bogotá y Medellín para disminuir impactos ambientales del proceso productivo y aportar a su crecimiento a través de cursos y diplomados.

9. Grupo Argos. La iniciativa ‘Creamos Valor Social’ genera capacidades con diferentes grupos de interés en tres frentes: Generación de empleo, acompañamiento a proveedores, e innovación social con desarrollo sostenible.

10. Innovakit: Núcleos de innovación tecnológica. Metodología de transferencia de conocimiento que empodera al productor para asegurar calidad con tecnologías que estandarizan procesos. Ha permitido disminuir el consumo de agua en un 90 por ciento.

11. LifePack: Transformación de residuos agrícolas en vida. Crea empaques germinables a partir de semillas y residuos agrícolas para diferentes sectores de la industria.

12. Natura Cosméticos: Amazonía Viva. Iniciativa que busca proteger los bosques de la deforestación, mediante un modelo de biocomercio que protege los ecosistemas de la región y ofrece a las comunidades cultivadoras la posibilidad de mejorar su calidad de vida. A través de esta iniciativa, la empresa obtiene los activos para sus productos. (Revista Portafolio 2022)

A parte del reconocimiento que da COLSUBSIDIO a las mejores cada año; existen otras empresas que son reconocidas en Colombia por su alto impacto social y medioambientalmente sostenibles, estas empresas dependen de diversos factores como el impacto social, ambiental y económico, la innovación, la sostenibilidad y la relevancia en su área de acción lo cual permite reconocerlas siempre que se trata el tema. Entre otras, encontramos:

- Fundación Mi Sangre: Esta fundación, liderada por el músico colombiano Juanes, trabaja en la promoción de la convivencia pacífica y la reconciliación en comunidades afectadas por el conflicto armado en Colombia.

- Fundación Natura: Esta organización se dedica a la conservación del medio ambiente y la promoción del desarrollo sostenible en Colombia, a través de proyectos de conservación de la biodiversidad, manejo de recursos naturales y educación ambiental.
- Crepes & Waffles: Esta reconocida cadena de restaurantes colombiana es conocida por su compromiso con la responsabilidad social y ambiental, a través de iniciativas como el empleo de mujeres cabeza de familia, la promoción de productos locales y el uso de ingredientes orgánicos y sostenibles.
- Fundación Pies Descalzos: Fundada por la cantante Shakira, esta fundación trabaja en la mejora de la calidad de vida de niños y jóvenes en situación de vulnerabilidad en Colombia, a través de proyectos educativos, nutricionales y de desarrollo comunitario.
- Banco de Alimentos de Bogotá: Esta organización lucha contra el hambre y el desperdicio de alimentos en Colombia, a través de la recolección y distribución de alimentos excedentes a personas en situación de vulnerabilidad.
- Agrupación Siembra: Esta organización promueve la agricultura sostenible y la seguridad alimentaria en comunidades rurales de Colombia, a través de proyectos de capacitación, asistencia técnica y acceso a mercados.
- Ecoflora: Esta empresa se dedica a la producción y comercialización de productos naturales y orgánicos en Colombia, promoviendo la conservación del medio ambiente y el desarrollo sostenible.

- Fundación Escuela Nueva: Esta fundación trabaja en la mejora de la calidad de la educación en Colombia, a través de la implementación del modelo pedagógico Escuela Nueva, que promueve la participación comunitaria, el aprendizaje activo y la equidad educativa.

- Fundación Saldarriaga Concha: Esta organización trabaja en la promoción de los derechos y la inclusión de personas con discapacidad en Colombia, a través de proyectos de educación, empleo y accesibilidad.

- Fundación Juanfe: Esta fundación trabaja en la promoción de los derechos de las mujeres y los niños en Colombia, a través de proyectos de salud, educación y desarrollo comunitario en comunidades vulnerables.

- Asohofrucol: Esta asociación promueve la producción y comercialización de frutas y hortalizas colombianas, a través de prácticas agrícolas sostenibles y el apoyo a pequeños productores.

- Fundación Tierra de Hombres: Esta organización trabaja en la protección de los derechos de la infancia en Colombia, a través de proyectos de salud, educación y protección de niños en situación de riesgo.

Esto permite vislumbrar el futuro en el país y motivar a que personas del sector privado puedan crear y generar nuevas empresas que aporten al desarrollo y crecimiento de una región, de un grupo de personas y de una comunidad vulnerable.

De acuerdo con lo establecido por las Naciones Unidas: Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS – Ver Anexo 11.1) son el plan maestro para conseguir un futuro sostenible para todos. Se interrelacionan entre sí e incorporan los desafíos globales a los que nos enfrentamos día a día, como la pobreza, la desigualdad, el clima, la degradación ambiental, la prosperidad, la paz y la justicia. Para no dejar a nadie atrás, es importante que logremos cumplir con cada uno de estos objetivos para 2030. Si quieres saber más sobre algún tema u objetivo en especial, pincha sobre el objetivo que te interese (ONU, 2022).

En 2015, la ONU aprobó la Agenda 2030 sobre el Desarrollo Sostenible, una oportunidad para que los países y sus sociedades emprendan un nuevo camino con el que mejorar la vida de todos, sin dejar a nadie atrás. La Agenda cuenta con 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible, que incluyen desde la eliminación de la pobreza hasta el combate al cambio climático, la educación, la igualdad de la mujer, la defensa del medio ambiente o el diseño de nuestras ciudades (ONU, 2022).

Lo anterior demuestra que la diversidad empresarial, de comunidades y alternativas de negocio permita generar nuevas oportunidades de actividades comerciales que sean sostenibles en el tiempo.

5. PLAN DE TRABAJO

Teniendo claro que realizar una maestría con enfoque gerencial es vivir la experiencia de poder realizar movilidad internacional y con can base a esta, tener la oportunidad de profundizar en el conocimiento y el aprendizaje sobre modelos de creación y dirección de empresas sociales y medioambientales sostenibles con las cuales se puedan trabajar conceptos que permitan afianzar en el contexto local; se realizó un trabajo de aplicación bajo la modalidad de movilidad internacional a la Universidad Complutense de Madrid (UCM), que es la universidad pública más antigua de Madrid, considerada una de las universidades más importantes y prestigiosas de España y del mundo hispanohablante. Según la mayoría de los rankings internacionales de referencia, la Universidad Complutense se sitúa entre las 300 mejores universidades del mundo y figura como una de las 75 mejores de Europa. Además, es actualmente la 3.^a universidad de enseñanza presencial más grande del continente europeo y la 3ra más importante de España después de Universidad de Barcelona y la Universidad Autónoma de Barcelona.

La Universidad Complutense de Madrid (UCM) ha mejorado su posición relativa al pasar del percentil 17,2% al 15,9%, en las universidades del mundo evaluadas por los analistas de educación superior global QS Quacquarelli Symonds en la decimonovena edición de su QS World University Rankings® 2022 (Universidad Complutense Madrid España, 2024).

Según el Ranking de Shanghai del año 2023, la universidad se ubicó entre el puesto 301 – 400 quedando entre las 500 mejores a nivel mundial. Al año 2023 la Universidad Industrial de Santander – UIS, no existe tiene un convenio con la UCM, lo cual permitiría que, con el curso a

realizarse, se pueda presentar la propuesta y llegar a genera un convenio entre las partes para el 2023 (Shanghai Ranking, 2024) .

El curso Creación y dirección de empresas social y medioambientalmente sostenibles: las claves de un modelo de negocio competitivo, a darse en el UCM, plantea cinco objetivos claves que son:

1. Comprender cómo los cambios en el entorno socioeconómico justifican la necesidad de evolucionar el modelo de empresa hacia la sostenibilidad económica, social y medioambiental.
2. Identificar las características propias de iniciativas de emprendimiento responsable y sostenible, y sus diferencias respecto a otros modelos de emprendimiento.
3. Poner en práctica las metodologías más eficientes para detectar oportunidades de negocio responsable y realizar un análisis previo de viabilidad.
4. Aplicar los conocimientos y metodologías necesarios para la elaboración de un modelo de negocio responsable en escenarios competitivos de incertidumbre, planificar su desarrollo y crecimiento, y diseñar sus planes de gestión y dirección de manera exitosa.
5. Argumentar y debatir cómo gestionar y optimizar en las iniciativas de emprendimiento sostenible, su innovación, tecnologías, transformación digital del negocio, redes de colaboración y modelos de financiación, entre otros aspectos, para mejorar la competitividad.

Con los que se pretende alcanzar los conocimientos básicos que se puedan aplicar en Colombia y proponer alternativas de completitud a las empresas sociales en Colombia para generar valor agregado.

La programación del curso estuvo enfocada en tres grandes retos que son:

1. La responsabilidad social y medioambiental como factor competitivo clave.

- Ética empresarial y responsabilidad social corporativa.
- Sostenibilidad empresarial y conceptos relacionados.
- Impacto de la actividad empresarial en el bienestar de comunidades y territorios: derechos humanos y economía circular.
- Sistemas de medida del impacto social y medioambiental de la empresa responsable.

2. ¿Cómo desarrollar modelos de negocio responsables y sostenibles?

- Emprendimiento responsable y sostenible versus emprendimiento tradicional y las organizaciones de la economía social.
- Perfil del emprendedor responsable.
- Tecnología y transformación digital en negocios responsables competitivos.
- Importancia estratégica de la cadena de suministro: aprovisionamiento, producción, distribución, almacenamiento, integración de la cadena de suministro.
- Fuentes de financiación para iniciativas de emprendimiento responsables y sostenibles.
- Redes de emprendimiento responsable y alianzas estratégicas.

- Definición de un modelo de negocio responsable y sostenible, exitoso y competitivo.

3. ¿Cómo gestionar empresas desde la responsabilidad social y medioambiental?

- Estrategias para competir y crecer de forma responsable.
- Marketing y reputación de empresas responsables.
- Diseño de prácticas medioambientales sostenibles.
- Gestión de la diversidad y dirección responsable de recursos humanos.
- Sistemas de mejora continua: gestión de la calidad y certificaciones.

Con la programación de los módulos anteriormente mencionados, se puede inferir que la UCM plantea estrategias de aprendizaje basado en un modelo de responsabilidad social que permita fortalecer estrategias con las cuales se puedan estructurar fortalezas para el crecimiento de empresas más sostenibles en el tiempo.

Por último y para que el curso tenga una mejor apropiación de conceptos y aplicación de los objetivos escritos anteriormente, se desarrollarán actividades prácticas, las cuales son:

1. Espacios de discusión y debate sobre casos y noticias de actualidad relacionadas con el emprendimiento responsable.
2. Talleres de creación y evaluación de modelos de negocio de emprendimiento responsable.
3. Presentación y defensa de propuestas de modelos de negocio responsables en formato de rondas de inversión simuladas (elevator pitch).

4. Encuentros con emprendedores que lideran iniciativas de negocio responsables que compartan con los alumnos sus experiencias y nuevos desafíos profesionales.

5. Visita a un hub de coworking y emprendimiento responsable.

Las actividades practicas anteriormente escritas, ayudaran a platear modelos comparativos entre lo que se realiza y promueve en España con empresas sociales y medioambientalmente sostenibles con lo que se puede encontrar de acuerdo con las investigaciones en Colombia.

Por consiguiente, se propone estructurar una movilidad internacional a la universidad complutense en Madrid – España, para adquirir conocimientos, relacionamiento y aprender a partir de un programa estructurado teórico - practico que permitan mostrar cómo mejorar las condiciones medioambientales y sociales de las empresas, sin dejar de crear valor económico para los inversionistas o fundadores, con los ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible). y poder definir estrategias que estén en línea al desarrollo en Colombia.

Con la movilidad se pretende resolver cuales son las mejores prácticas para crear y dirigir empresas sociales y medioambientalmente sostenibles en Colombia teniendo en cuenta las experiencias y trabajos realizados dentro de la universidad y así mismo, investigar experiencias exitosas que permitan apalancar los objetivos específicos del presente proyecto y poder copilar un documento el cual sea de aporte y apoyo a las personas que deseen emprender en este sector.

Se plantea que, por la naturaleza del presente trabajo, una investigación cualitativa para analizar las alternativas de estrategias sostenibles, mediante la interpretación y comprensión hermenéutica de los módulos que se impartirán en el curso, de esta manera, canalizar resultados

aplicados a Colombia. Se debe tener en cuenta que la investigación cualitativa es formativa y la cual ofrece técnicas especializadas para lograr respuestas a fondo acerca de las empresas sociales y ambientalmente sostenibles.

Para lograr los objetivos de la investigación, se realizará un estudio descriptivo, explicativo y evaluativo por medio de los cuales se logren identificar:

- Los tópicos de la creación y dirección de la empresa social y medioambientalmente sostenible teniendo en cuenta los casos éxitos y el estudio de casos de empresas sostenibles en España, a nivel mundial y de ser posible, poner ejemplos de empresas colombianas.
- Generar un análisis reflexivo que permita identificar los principales aspectos aplicados a Colombia permitiendo organizar parámetros que puedan orientar ideas o emprendimientos de futuras empresas que tengan y generen impactos sociales y ambientalmente sostenibles en el tiempo.
- Recopilada toda la información necesaria y dada en el curso para socializar el conocimiento aprendido a la comunidad UIS por medio de un conversatorio en el cual se debata en el tema investigado y los paradigmas empresariales alrededor de la creación de empresas sociales, por otro lado, analizar el potencial ambiental de la región y como a partir de este generar fuentes alternas de emprendimiento sostenibles en el tiempo.

6. ESTANCIA INTERNACIONAL EN LA UNIVERSIDAD COMPLUTENSE

Al momento de realizar un posgrado se deben revisar las oportunidades de hacer movilidad internacional que permita ampliar conocimientos y vivir la experiencia de poder realizar cursos que complementen la formación posgradual que se adelanta y con la cual se logre proyectar y transmitir conocimiento.

Al momento de tomar la decisión de realizar la movilidad internacional revisé y escribí a diferente universidad a nivel mundial buscando la oportunidad de hacer la movilidad entre los meses junio a julio de 2023, universidades que ofertaran y tuvieran programa de MBA como posgrado eligiendo las siguientes a las cuales envié correo: Tecnológico de Monterrey – México, Pontificia Universidad Católica de Chile – Chile, Universidad de Buenos Aires – Argentina, INCAE Business School – Costa Rica y la Universidad Complutense – España. De todas las anteriores, la única que me oferto curso, que está catalogada entre las mejores a nivel mundial y con la cual podía hacer la instancia internacional fue la Complutense y para esa fecha dicha universidad tenía la Escuela Complutense de Verano (ECV) que es un programa de la Universidad Complutense de Madrid la cual ofrece una amplia variedad de cursos de verano en diferentes áreas de estudio. Estos cursos están diseñados para estudiantes nacionales e internacionales que deseen enriquecer su formación académica, adquirir nuevos conocimientos y experiencias, y sumergirse en la cultura española.

Tomada la decisión, se solicitó a la coordinación de la Maestría en Gerencia de Negocios y a la Escuela de Estudios Industriales y Empresariales la aprobación de hacer la movilidad a la Universidad Complutense en Madrid – España, la cual se hizo del 3 y el 21 de julio de 2023,

logrando realiza la instancia internacional como trabajo de grado y el curso Creación y dirección de empresas social y medioambientalmente sostenibles. La clave de un modelo de negocio competitivo (Ver Figura 2)., con el cual logre las bases para redactar el documento maestro que es un análisis reflexivo de lo cursado.



Figura 2. Certificado Universidad Complutense Madrid España 2023.

Con el curso pude identificar las características propias de iniciativas de emprendimiento responsable y sostenible aplicados en España, y sus diferencias respecto a otros modelos de emprendimiento aplicados en Colombia. Por lo anterior, aplicar los conocimientos y metodologías necesarias para la elaborar estrategias sostenibles como modelo de negocio responsable en

escenarios competitivos de incertidumbre, planificar su desarrollo y crecimiento, y diseñar sus planes de gestión y dirección que puedan aplicarse en Colombia.

De forma complementaria y aprovechando los convenios que tiene la Universidad Complutense a nivel mundial, para el mes de noviembre de 2023 (del 6 al 17), se realizó en la ciudad de Puebla - México la Escuela Complutense Latinoamérica con la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, logrando realizar mi segunda movilidad internacional en un segundo país y como estudiante de la Maestría en Gerencia de Negocios ser el primero en realizar dos movilizaciones internacionales en el mismo año, ambas relacionadas con el trabajo de grado.

Con la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, tuve la oportunidad de realizar el curso: Análisis Económico – Financiero y Valoración de PYMES (Ver Figura 3)., con el cual pude aprender sobre metodología de análisis contable de los estados financieros que las empresas elaboran con dos enfoques diferenciados en función de la información financiera disponible (interna y externa) dirigidos a la toma de decisiones de los usuarios de la información; metodología que se aplica de forma transversal a las empresas sociales y medioambientalmente sostenibles en Colombia porque dichas empresas y gracias a los aportes dados por el estado con creadas como PYMES. De forma complementaria, aprender a valorar proyectos de inversión, empresas, y otros activos financieros como la renta fija, utilizando las herramientas de valoración estándar, todo ello utilizando como base de información las Normas de Información Financiera Internacional – NIF.

El curso de análisis económico aportó a la organización de las estrategias que debía organizar en el análisis reflexivo permitiendo complementar el curso realizado en España para tener las bases suficientes de poder redactar el trabajo de grado.



Figura 3. Certificado Universidad Benemérita Autónoma de Puebla México 2023.

Las dos movilidades fueron entregadas a la profesional de calidad académica de la Escuela de Estudio Industriales y Empresariales como soportes de cumplimiento y aporte al programa según las recomendaciones dadas por el MEN, de motivar a que los estudiantes de la maestría en motivar y tener más oportunidades de realizar estancias internacionales que enriquezcan al estudiantado y su aplicación profesional.

7. ANALISIS REFLEXIVO

Tendencias en la creación y dirección de empresas social y medioambientalmente sostenibles desde la perspectiva de la Universidad Complutense.

En un mundo cada vez más consciente de los desafíos ambientales y sociales, la creación y dirección de empresas social y medioambientalmente sostenibles se ha convertido en una prioridad tanto para el sector empresarial como para la sociedad en general. Desde la perspectiva de la Universidad Complutense (se toma como base el curso realizado: Creación y dirección de empresas social y medioambientalmente sostenibles: las claves de un modelo de negocio competitivo en julio de 2023) resulta esencial comprender las tendencias que están dando forma a este ámbito en constante evolución teniendo en cuenta los modelos y perspectiva del negocio los cuales pueden ser aplicados a Colombia de cambiarse el concepto paternalista y el gobierno de turno.

La Universidad Complutense, con su vasta experiencia en diversas disciplinas académicas, está en una posición privilegiada para analizar y contribuir al avance de prácticas empresariales que buscan generar un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente. En este contexto, es fundamental explorar las tendencias emergentes que están definiendo el panorama de las empresas sostenibles, así como identificar las oportunidades y desafíos que enfrentan en su camino hacia la sostenibilidad integral.

Entre las tendencias más significativas en la creación y dirección de empresas social y medioambientalmente sostenibles, se pudieron identificar modelos tales como la economía circular, la innovación tecnológica, la responsabilidad social corporativa y la colaboración entre

diversos actores, con el objetivo de proporcionar una visión panorámica de las tendencias actuales y futuras teniendo como base el año 2023. De la revisión realizada, se consideraron diversos factores, incluyendo cambios en la conciencia social, avances tecnológicos y políticas gubernamentales, destacando las siguientes ocho (8) estrategias sostenibles:

- 1. Mayor enfoque en la sostenibilidad climática:** Con la creciente preocupación por el cambio climático, se espera que las futuras empresas intensifiquen sus esfuerzos para reducir su huella de carbono y adoptar prácticas más sostenibles en sus operaciones. Esto podría incluir la transición hacia fuentes de energía renovable, la implementación de medidas de eficiencia energética y la adopción de prácticas de producción más limpias. Las empresas deberán sortear los desafíos a los cuales se puedan enfrentar como son: Reducción de emisiones de gases de efecto invernadero (emisiones de dióxido de carbono – CO₂), impacto en los ecosistemas, amenazas para la seguridad alimentaria, adaptación al cambio climático, generar innovación tecnológica que permitan aplicar tecnologías limpias y el impacto en la salud humana que permita mitigar nuevas pandemias y epidemias; sorteando lo anterior, se espera empresas más sostenibles con el ambiente.
- 2. Economía circular:** Las empresas se deben concentrar en aplicar una economía circular que les permita reducir, reutilizar y reciclar recursos, permitiendo la optimización de procesos, la recuperación de materiales y la creación de productos más sostenibles. Las empresas están explorando nuevas formas de diseñar productos y servicios para minimizar el desperdicio y maximizar la eficiencia de los recursos, así como colaborando con otros actores en la cadena de suministro para cerrar los ciclos de materiales y reutilizando aquellos subproductos que no generen contaminación cruzada al ambiente. Se han podido

identificar tres prácticas que promueven la economía circular, desde la colaboración con otros actores en la cadena de suministro hasta la implementación de estrategias de logística inversa las cuales son: Colaboración en la cadena de suministro, Logística inversa y las Certificaciones y estándares de sostenibilidad (Cradle to Cradle y la certificación B Corp)². Al final del ciclo, las empresas deben promover el reciclaje y la recuperación de materiales al final de su vida útil. Esto implica separar los materiales reciclables, como plásticos, metales y papel, para su procesamiento y reintroducción en la cadena de suministro como materia prima secundaria, permitiendo un ciclo completo entre: empresa – cliente – ambiente – empresa.

- 3. Inversión de impacto:** El interés en la inversión de impacto está creciendo rápidamente, con inversores que buscan generar un retorno financiero mientras tienen un impacto positivo en la sociedad y el medioambiente. Esta tendencia está impulsando el crecimiento de empresas sociales y medioambientales, así como la integración de criterios de sostenibilidad en las decisiones de inversión de las empresas tradicionales, lo cual les permite acceso a capital nacional e internacional; validación y credibilidad permitiendo buscar más socios, tener mejor talento profesional y atraer nuevos clientes que incrementa las ventas y desarrollo económico de la misma³. Por otro lado las inversiones de impacto a menudo implica colaboración entre inversores, empresas, organizaciones sin fines de lucro y otros actores para abordar problemas sociales y ambientales de manera efectiva. Esto

² Kirchherr, J., Reike, D., & Hekkert, M. (2017). Conceptualizing the circular economy: An analysis of 114 definitions. *Resources, Conservation and Recycling*.

³ Morgan, J., & Bulkeley, H. (2019). *Governing the green city: Urban sustainability and the production of environmental expertise*. Routledge.

puede incluir asociaciones público-privadas, financiamiento mixto y enfoques colaborativos para la resolución de problemas.

4. Tecnologías emergentes e innovación para el bien social y ambiental: Avances tecnológicos como la Inteligencia Artificial (IA), el Internet de las cosas (IoT), Blockchain, la Impresión en 3D y la Biotecnología, están siendo utilizados para desarrollar soluciones innovadoras para desafíos sociales y ambientales. Se espera que estas tecnologías desempeñen un papel importante en la creación de empresas sostenibles, desde la gestión inteligente de recursos hasta la agricultura de precisión y la monitorización ambiental. Así mismo, la innovación tecnológica está desempeñando un papel fundamental en la creación de soluciones sostenibles. Desde la energía renovable hasta la gestión inteligente de recursos naturales, la tecnología está siendo utilizada para abordar una amplia gama de desafíos sociales y ambientales que mejoren la calidad de vida de un grupo social específico sobre el cual la empresa impacte optimizando recursos reduciendo la generación de residuos y contaminación ambiental⁴. Como aporte a la salud y seguridad alimentaria, las empresas que se enfoquen en la producción agrícola deben innovar en la agricultura de precisión, biotecnología agrícola, agricultura vertical y sistemas de riego eficientes por medio de los cuales mejoren la productividad agrícola mientras se minimiza el uso de agua, fertilizantes y pesticidas, de esta manera, se protege la biodiversidad y el ambiente.

5. Equidad social: Se espera que las empresas sociales y medioambientalmente sostenibles, distribuyan de manera justa los recursos, las oportunidades y hagan valer los derechos entre

⁴ Guglielmetti, C., & Balugani, E. (Eds.). (2019). Environmental Management and Sustainable Development. Routledge.

todos los miembros de la sociedad sobre la cual impacta, independientemente de su origen étnico, género, orientación sexual, nivel socioeconómico o cualquier otra característica. Esto podría incluir medidas para abordar la desigualdad de ingresos, promover la diversidad e inclusión en el lugar de trabajo, y apoyar a comunidades desfavorecidas a través de iniciativas de desarrollo económico y social. Otro de los aspectos que deben implementar las empresas es establecer las políticas de empleo inclusivos, reinvertir dentro de la comunidad en el desarrollo de programas direccionados al emprendimiento social y creación de nuevas empresas sostenibles⁵. Por último, el compromiso continuo por parte de los gobiernos (no del gobierno de turno, sino, de los futuros), de las empresas privadas con aporte de capital para la creación de outsourcing que suplan una necesidad específica de su producto permitiéndoles maximizar recursos, las organizaciones de la sociedad civil y los individuos (como comunidad objetivo) con los cuales se pueda trabajar en conjunto hacia un futuro más rentable y menos dependiente del gobierno.

6. Transparencia y responsabilidad: Los consumidores y los inversores, están demandando cada vez más transparencia y responsabilidad en cuanto a las prácticas empresariales, el impacto ambiental y social de las empresas lo cual genera confianza de los stakeholders. Las empresas que adoptan prácticas éticas y transparentes están mejor posicionadas para construir relaciones sólidas con sus partes interesadas y mantener la confianza del público permitiendo lograr reputación, minimizar los riesgos (impactos negativos y prevenir crisis de reputación y legales) y aumentar la competitividad y la resiliencia empresarial gracias al

⁵ Epstein, M. J., & Buhovac, A. R. (202). Making sustainability work: Best practices in managing and measuring corporate social, environmental, and economic impacts. Berrett-Koehler Publishers.

desarrollo de I + D + i⁶. Las empresas deben ser responsables de rendir cuentas por su desempeño social y financiero. Esto implica ser transparente sobre los logros y desafíos, así como aceptar la retroalimentación y responder a las preocupaciones de los stakeholders de manera responsable. La rendición de cuentas en las empresas sociales es clave para mantener la confianza y la legitimidad en la comunidad, con los inversionistas, con el gobierno de turno quien ha aportado para su creación y con los clientes para generar un acercamiento y establecer lazos comerciales más fuertes.

7. Colaboración y redes de apoyo: La colaboración entre empresas, organizaciones sin fines de lucro, gobiernos y otros actores es esencial para abordar desafíos sociales y ambientales complejos son esenciales para la sostenibilidad y futuro económico. Las empresas están formando alianzas estratégicas y participando en redes de apoyo para compartir conocimientos, recursos y mejores prácticas en materia de sostenibilidad lo cual permite el intercambio de conocimiento y recursos (ruedas de negocios) e implementar ecosistemas empresariales los cuales actúan como redes de apoyo sólidas y resilientes permitiendo un entorno propicio para la innovación, el aprendizaje colaborativo y el crecimiento sostenible⁷. Un factor importante es involucrar a la comunidad y colaboradores en el diseño, implementación y evaluación de programas y proyectos que aporten al crecimiento de la empresa. Esto puede ayudar a garantizar que las soluciones sean culturalmente apropiadas, relevantes y efectivas. Como complemento, buscar inversores de impacto, fondos de inversión social, fondos de capital de riesgo social y filántropos comprometidos con el

⁶ Lozano, R. (2022). *Corporate Sustainability: A Holistic Approach to Integrating Environmental, Social and Economic Performance*. Routledge.

⁷ Austin, J., Stevenson, H., & Wei-Skillern, J. (Eds.). (2022). *Social entrepreneurship: New models of sustainable social change*. Oxford University Press.

cambio social y mitigación del ambiente a los cuales se les rinde cuentas de los aportes dados para generar confianza y nuevas inversiones a futuro.

8. Implementación del marketing en la responsabilidad social y ambiental: Las empresas deben orientar y planificar estrategias de marketing que les permitan posicionar y recordar sus productos entre los clientes actuales y los futuros. Deben implementar una comunicación responsable por medio de la cual el cliente sepa del compromiso con la responsabilidad social y ambiental, logrando un reconocimiento en la implementación de materiales reciclados, producción ética, y reducción de emisiones y residuos. Esto permitirá crear y fortalecer una reputación, posicionar la marca y ganar la lealtad de los consumidores y la preferencia del mercado de acuerdo con las nuevas tendencias del consumidor actual y potencial⁸. Además, es importante que las empresas midan y divulguen el impacto de sus actividades de marketing en la sociedad y como están contribuyendo con el ambiente. Esto puede incluir métricas como la reducción de emisiones de carbono, el aumento de la conciencia pública sobre temas sociales, o el apoyo financiero a programas de beneficencia sobre comunidades vulnerables a las cuales está apoyando, en este caso y como ejemplo: protección de paramos, disminución en la tala de árboles, preservación de vegetación, recuperación de afluentes hídricos, entre otros. Así mismo, utilizar sus redes sociales y demás mecanismos por medio de los cuales genere contenido educativo por medio del cual se promueva el uso responsable de los recursos de acuerdo con el objetivo de la empresa.

⁸ Belz, F. M., & Peattie, S. (2022). Sustainability marketing: An innovative approach to global environmental and social challenges. Routledge.

Teniendo en cuenta las ocho estrategias, se podría inferir que los empresarios están cada vez más motivados para establecer empresas social y ambientalmente sostenibles por diversas razones. Una motivación importante surge de la creciente conciencia del impacto de las actividades empresariales en la sociedad y el medio ambiente como lo establecido en la agenda 2030, lo que lleva a los empresarios a alinear sus empresas con prácticas sostenibles. Según (Audris Amaro & Tábata Cisneros, 2021), las organizaciones a nivel mundial están reconociendo la importancia de una gestión logística de calidad para lograr eficiencia y competitividad, enfatizando la necesidad de enfoques estratégicos en las operaciones.

Además, como lo destaca (Brenda Aracely Sagbay Zuñiga et al., 2024), las políticas públicas juegan un papel crucial en la promoción de la diversificación económica y el fomento de estrategias efectivas de gestión financiera entre las empresas contratistas. Esto indica que factores externos, como los marcos regulatorios, pueden influir en las decisiones de los empresarios de priorizar la sostenibilidad en sus modelos de negocio.

Según el estudio de caso ECOALF⁹ (presentado por Serrano & Hernandez Olalla en abril de 2021), ilustra cómo incluso las empresas exitosas enfrentan desafíos en la gestión de almacenes, recolección de la materia, logística y transformación del material para la fabricación de las prendas, lo que afecta la satisfacción del cliente y los niveles generales de servicio. Este escenario del mundo real subraya la importancia de implementar prácticas sostenibles no solo para obtener beneficios sociales y ambientales, sino también, para garantizar la eficiencia operativa y satisfacer las

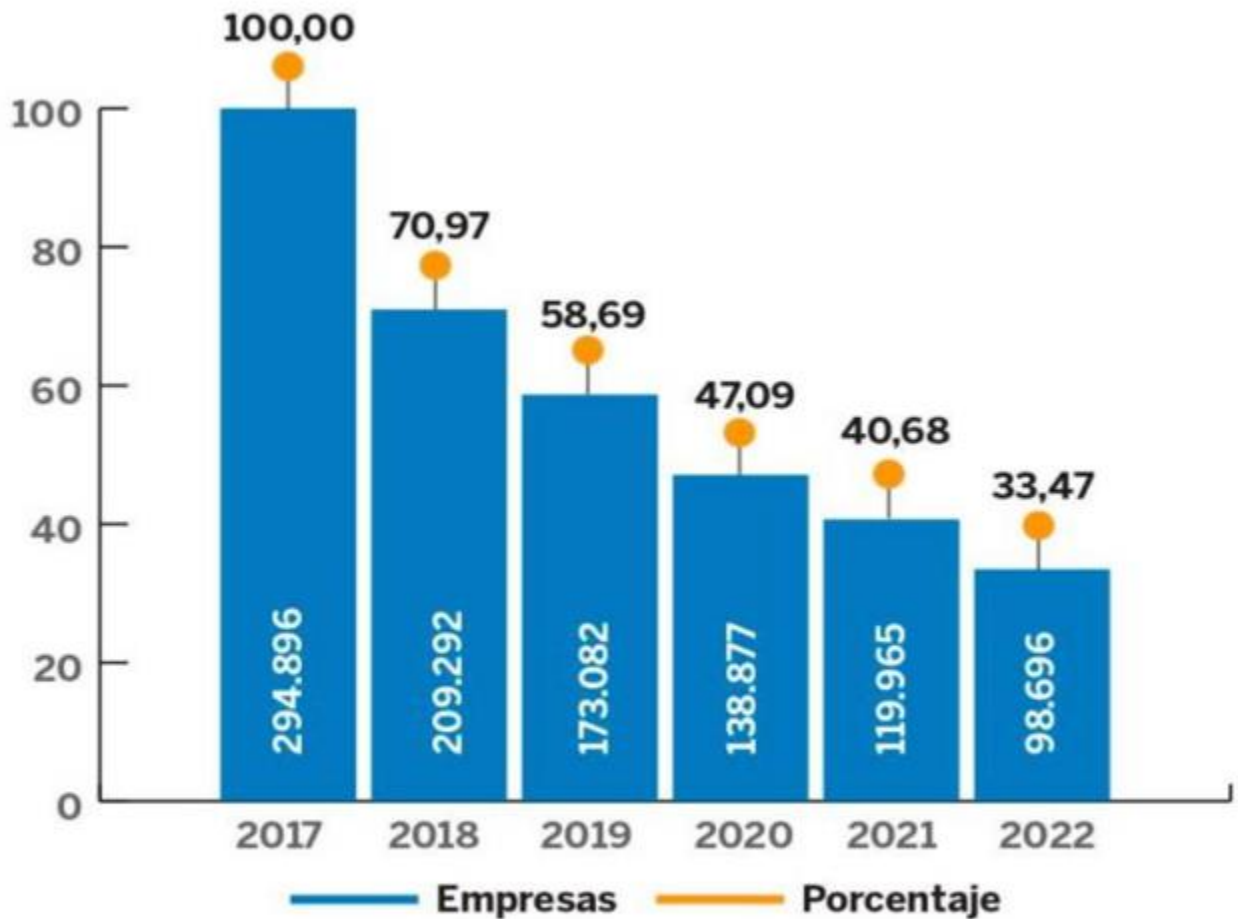
⁹ ECOALF: Upcycling the Oceans, ejemplo de empresa española de impacto social y ambiental, es una empresa global creada con el apoyo de la industria pesquera para ayudar a eliminar y recuperar la basura marina que está destrozando los océanos y cerrar el círculo transformándolos en un tejido de alta calidad para crear productos de alta calidad. <https://ecoalf.com/es-int>

demandas de los consumidores, siempre garantizado que las prendas consumidas están mitigando el impacto ambiental.

En concordancia con García-Santillán, A., et al (2022); a pesar del crecimiento y el progreso, las empresas sociales y medioambientalmente sostenibles en Colombia enfrentan una serie de desafíos, incluyendo la falta de acceso a financiamiento, la competencia desigual con empresas tradicionales y la falta de conciencia del consumidor. Sin embargo, también existen oportunidades para el crecimiento y la innovación, especialmente en sectores como el turismo sostenible, la agricultura orgánica y la energía limpia¹⁰. A pesar de los desafíos presentados, en Colombia se ha experimentado un aumento significativo en el número de empresas sociales y medioambientalmente sostenibles en los últimos años, las cuales surgen en respuesta a unos desafíos sociales y ambientales que el país afronta como son la pobreza, la desigualdad (dependiendo del departamento y la región), la conservación de los recursos naturales y el cambio climático.

Según estudio realizado por CONFECAMARAS entre el 2017 y el 2022, y publicado en el 2023: “En Colombia la tasa de supervivencia de las empresas es a 5 años de su creación en promedio es del 33,47%. Eso quiere decir que, de cada 100 empresas creadas, sólo 33 sobrevivieron cinco años después” (figura 2). El estudio tomó como base cifras del Registro Único Empresarial y Social (RUES), que consolida información de las 57 cámaras de comercio del país.

¹⁰ García-Santillán, A., Fajardo, C., & Agudelo, P. (2022). Análisis de la relación entre la responsabilidad social empresarial y la innovación: caso colombiano. Cuadernos de Administración



Supervivencia empresarial.

Fuente: **Elaboración propia basada en RUES**

Figura 4: CONFECARAMAS, *Estudio La Supervivencia Empresarial en Colombia 2017 a 2022, basado en RUES*

De acuerdo con la figura anterior, según el estudio de las 296.896 empresas creada en el país en 2017, cinco años después, y a diciembre de 2022, sólo 98.696 continuaban operando. Dentro del estudio no se discriminan cuales empresas fueran creadas de forma privada y cuales con objeto social y de impacto social, sin embargo, se puede inferir que las empresas sociales y

ambientales son PYMES, las cuales son las más afectadas cuando se trata de sostenibilidad perpetuidad en el tiempo.

Garantizar la sostenibilidad a largo plazo de las empresas y no volverlas dependientes de los gobiernos de turno, implica implementar estrategias y prácticas de gestión eficaces que no sólo impulsen la rentabilidad sino que también contribuyan al bienestar social y la conservación del medio ambiente.

Según Sagbay Zuñiga et al. (2024), las políticas públicas desempeñan un papel fundamental en la configuración de las decisiones de los empresarios hacia la sostenibilidad al promover la diversificación económica y fomentar prácticas sólidas de gestión financiera. Esto subraya la importancia de factores externos, como los marcos regulatorios, a la hora de influir en los modelos de negocio centrados en la viabilidad a largo plazo.

Por lo tanto, para las empresas que buscan un éxito sostenido, la adopción de estrategias sostenibles (ocho mencionadas anteriormente) y mitigar los riesgos asociados con el impacto ambiental, deben alinearse con las preferencias cambiantes de los consumidores, los requisitos regulatorios para el crecimiento y la resiliencia a largo plazo. Crear planes de negocios que les permita identificar mercados emergentes, buscar inversionistas, abrir mercados internacionales utilizando las entidades nacionales (PROCOLOMBIA) y lograr una economía circular que le permita a la empresa posicionar la marca, son los desafíos a afrontar para no volverse en una empresa de bolsillo roto que desaparece sin dejar rastro.

8. SOCIALIZACIÓN DEL CONOCIMIENTO A LA COMUNIDAD UIS.

Al ser primer estudiante de la Maestría en Gerencia de Negocios – MBA de la UIS en sus 18 cohortes que realiza movilidad internacional como trabajo de grado realizando estancia internacional en la Universidad Complutense en Madrid España entre el 3 y el 21 de julio de 2023, se realizaron 2 encuentros en los cuales se socializo la experiencia de haber teniendo la oportunidad de estudiar y aplicar el conocimiento al presente trabajo de grado para optar el título de posgrado.

Para el proceso de socialización se realizó un trabajo en conjunto entre la profesional de calidad académica de la Escuela de Estudio Industriales y Empresariales Ing., Laura Liceth Perez Mantilla, el coordinador de la Maestría en Gerencia de Negocios, Dr. Orlando Enrique Contreras Pacheco y el presente. Se identificaron asignaturas de último semestre (Ver tabla 1) y se contactaron a los profesores para que brindaran el espacio en su clase en la cual se les socializo a los estudiantes la estancia realizada.

SEMESTRE	CODIGO	ASIGNATURA	PROFESOR	GRUPO	LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	Salón
8	29021	FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS	RUBÉN DARÍO JÁCOME	B2		8-10		8-10	303
8	29021	FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS	JOHANA LEÓN	B1	8-10		8-10		309
8	29021	FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS	GINNA PAOLA CASTRO	F1		12-14		12-14	101
10	29028	EMPRENDIMIENTO	JOSE ANTONIO CÁRDENAS	D1	10-12		10-12		201
10	29028	EMPRENDIMIENTO	ISABELA VILLAMIZAR	F1		12-14		12-14	301
10	25721	RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	MARIA ALEJANDRA SANCHEZ	L1		18-20		18-20	206

Tabla 1: Listado de semestre, asignaturas, profesor y horarios, programa Ingeniería

Industrial primer semestre 2024

De la tabla relacionada se seleccionaron dos asignaturas una de octavo y una de decimo semestre para realizar en total dos socializaciones las cuales se describen a continuación:

8.1 Primera socialización del conocimiento a la comunidad académica de la UIS; Movilidad internacional de la Maestría en Gerencia de Negocios - MBA, cohorte 18, realizada a la Escuela Complutense de Verano de la Universidad Complutense en Madrid – España, en julio de 2023.

Estudiante: **Jorge Alberto Solano Marcixgclia**

Código: **2158042**

Programa: **Maestría en Gerencia de Negocios - MBA**

Trabajo de grado al cual corresponde la movilidad internacional:

Tendencias en la creación y dirección de empresas social y medioambientalmente sostenibles desde la perspectiva de la Universidad Complutense.

Objetivo específico cumplido dentro del trabajo de grado:

Socializar el conocimiento aprendido sobre tendencias en la creación y dirección de empresas sociales y medioambientalmente sostenibles en una charla dirigida a la comunidad UIS.

El 12 de marzo de 2024 en el aula 307 se hace la socialización de la movilidad internacional la cual hace parte del cumplimiento de los objetivos del trabajo de grado propuesto; la socialización se realiza a:

Asignatura: **Formulación y Evaluación de Proyectos**

Código: **29021**

Semestre: **8vo**

Programa: **Ingeniería Industrial**

Número de asistentes: **34 estudiantes y 1 profesor**

Profesor presente en la socialización: **Ginna Paola Castro**

La presentación y toda la documentación (soporte de asistencia, presentación y fotos de evidencia) de la socialización es entregada a la profesional de Calidad académica de la Escuela de Estudios Industriales y Empresarial Ing. Laura Liceth Pérez Mantilla por correo electrónico como soporte de la movilidad realizada dentro del programa.

Lista de asistencia:

CONTROL DE ASISTENCIA						
Descripción actividad:	Socialización del conocimiento a la comunidad académica de la UIS. Movilidad Internacional del MBA cohorte 18, Estudiante: Jorge Alberto Solano Marcigotia , realizada a la Escuela Complutense de Verano de la Universidad Complutense en Madrid - España en julio de 2023, curso realizado: Creación y dirección de empresas social y medioambientalmente sostenibles: las claves de un modelo de negocio competitivo.					Fecha actividad
						12/03/2024
N°	Apellidos	Nombres	Código Estudiante	Docente	Programa académico	Firma

CONTROL DE ASISTENCIA						
Descripción actividad:	Socialización del conocimiento a la comunidad académica de la UTS; Movilidad internacional del MBA cohorte 18. Estudiante: Jorge Alberto Solano Marcigella; realizada a la Escuela Complutense de Verano de la Universidad Complutense en Madrid - España en julio de 2023; curso realizado: Creación y dirección de empresas social y medioambientalmente sostenibles: las claves de un modelo de negocio competitivo.					Fecha actividad
						12/03/2024
Nº	Apellidos	Nombres	Código Estudiante	Docente	Programa académico	Firma

CONTROL DE ASISTENCIA						
Descripción actividad:	Socialización del conocimiento a la comunidad académica de la UTS; Movilidad internacional del MBA cohorte 18. Estudiante: Jorge Alberto Solano Marcigella; realizada a la Escuela Complutense de Verano de la Universidad Complutense en Madrid - España en julio de 2023; curso realizado: Creación y dirección de empresas social y medioambientalmente sostenibles: las claves de un modelo de negocio competitivo.					Fecha actividad
						12/03/2024
Nº	Apellidos	Nombres	Código Estudiante	Docente	Programa académico	Firma

Evidencias Fotográficas:

Por protección de datos de los estudiantes asistentes a la socialización, no se muestran imágenes y/o datos sensibles. Toda información al respecto, podrán solicitarla a la profesional de calidad académica de la **EEIE**.

8.2 Segunda socialización del conocimiento a la comunidad académica de la UIS;

Movilidad internacional de la Maestría en Gerencia de Negocios - MBA, cohorte 18, realizada a la Escuela Complutense de Verano de la Universidad Complutense en Madrid – España, en julio de 2023.

Estudiante: **Jorge Alberto Solano Marcixgclia**

Código: **2158042**

Programa: **Maestría en Gerencia de Negocios – MBA**

1er estudiante la Maestría en Gerencia de Negocios que hace movilidad internacional como opción de trabajo de grado.

Trabajo de grado al cual corresponde la movilidad internacional:

Tendencias en la creación y dirección de empresas social y medioambientalmente sostenibles desde la perspectiva de la Universidad Complutense.

Objetivo específico cumplido dentro del trabajo de grado:

Socializar el conocimiento aprendido sobre tendencias en la creación y dirección de empresas sociales y medioambientalmente sostenibles en una charla dirigida a la comunidad UIS.

El 03 de abril de 2024 en el aula 301 se hace la socialización de la movilidad internacional la cual hace parte del cumplimiento de los objetivos del trabajo de grado propuesto; la socialización se realiza a:

Asignatura: **Emprendimiento**

Código: **29028**

Semestre: **10mo**

Programa: **Ingeniería Industrial**

Número de asistentes: **23 estudiantes y 1 profesor**

Profesor presente en la socialización: **Isabela Villamizar Ariza**

La presentación y toda la documentación (soporte de asistencia, presentación y fotos de evidencia) de la socialización es entregada a la profesional de Calidad académica de la Escuela de Estudios Industriales y Empresarial Ing. Laura Liceth Pérez Mantilla por correo electrónico como soporte de la movilidad realizada dentro del programa.

Lista de asistencia:

CONTROL DE ASISTENCIA						
Descripción actividad						Fecha actividad
Socialización del conocimiento a la comunidad académica de la UCM. Movilidad Internacional estudiante Jorge Alberto Solano Marcobedia del MIA cohorte 18; realizada a la Escuela Complutense de Verano de la Universidad Complutense en Madrid - España en julio de 2023, curso realizado. Creación y dirección de empresas social y medioambientalmente sostenibles; las claves de un modelo de negocio competitivo.						04/04/2024
Nº	Apellidos	Nombres	Código Estudiante	Docente	Programa académico	Firma

CONTROL DE ASISTENCIA						
Descripción actividad: Socialización del conocimiento a la comunidad académica de la UIC; Movilidad internacional estudiantil Jorge Alberto Solano Marchigolla del MBA cohorte 18, realizada a la Escuela Complutense de Verano de la Universidad Complutense en Madrid - España en julio de 2023; curso realizado: Creación y dirección de empresas social y medioambientalmente sostenibles: las claves de un modelo de negocio competitivo.						Fecha actividad 04/04/2024
Nº	Apellidos	Nombres	Código Estudiante	Docente	Programa académico	Firma

Evidencias Fotográficas:

Por protección de datos de los estudiantes asistentes a la socialización, no se muestran imágenes y/o datos sensibles. Toda información al respecto, podrán solicitarla a la profesional de calidad académica de la **EEIE**.

Las socializaciones anteriormente descritas, fueron radicadas ante la profesional de calidad del programa por correo electrónico dejando la transversalidad del proceso y aportando a los compromisos del programa ante el ministerio de educación de la movilidad internacional de los estudiantes de la maestría (Ver Anexo 11.2).

9. CONCLUSIONES.

- Desde la perspectiva de la Universidad Complutense, las tendencias en la creación y dirección de empresas social y medioambientalmente sostenibles están marcadas por un enfoque interdisciplinario, la integración de la sostenibilidad en la formación empresarial, el fomento del emprendimiento social y medioambiental, la innovación tecnológica y la colaboración entre diferentes actores. Estas tendencias reflejan el compromiso de la universidad con la generación de conocimiento y la promoción del desarrollo sostenible en la sociedad.
- Las tendencias en la creación y dirección de empresas social y medioambientalmente sostenibles reflejan un enfoque cada vez mayor en la economía circular, la tecnología para el bien social y ambiental, la inversión de impacto, la transparencia y responsabilidad, la colaboración y las redes de apoyo, y la diversidad e inclusión. Estas tendencias están impulsando la transformación del panorama empresarial hacia un modelo más sostenible y centrado en el impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente.
- Las empresas y organizaciones que están haciendo un impacto positivo en Colombia a través de su trabajo en áreas sociales y medioambientales son diversas y reflejan un enfoque cada vez mayor en la economía circular, la tecnología para el bien social y ambiental, la inversión de impacto, la transparencia y responsabilidad, la colaboración y las redes de apoyo, y la diversidad e inclusión. Estas tendencias están impulsando la

transformación del panorama empresarial hacia un modelo más sostenible y centrado en el impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente.

- convocatorias de proyectos sociales que pueden postularse, permite que más empresas y emprendimientos sociales en el país crezcan, se fortalezcan y contribuyendo al desarrollo sostenible y la inclusión social.

- De acuerdo con las siguientes ocho (8) estrategias sostenibles planteadas en el presente documento, se abren las oportunidades para que otros investigadores las puedan aplicar y evaluar dentro de las empresas sociales o empresas de impacto ambiental; permitiendo establecer su veracidad y si todas son aplicadas desde su creación, desde el planteamiento del plan de negocio y su puesta en marcha, sean autosostenibles, rentables y progresen con el tiempo.

10. RECOMENDACIONES

Motivar a los estudiantes de la Maestría en Gerencia de Negocios de la UIS, a realizar movilidad internacional a las diferentes universidades con las que se tiene convenio para la elaboración de su trabajo de grado realizando cursos de profundización, haciendo visitas a empresas y vivir la experiencia de conocer, aprender y aplicar lo aprendido en su vida cotidiana. Lo que yo pude vivir al pasar las tres semanas estudiando en la Universidad Complutense en Madrid – España, y aplicarlo a mi trabajo de grado, es un logro cumplido.

11. ANEXOS

11.1 Objetivos de Desarrollo Sostenible – ODS.

En el año 2015, 193 estados miembros de las Naciones Unidas – UN – aprobaron la agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, como hoja de ruta hacia un nuevo paradigma de desarrollo en el que las personas, el planeta, la prosperidad, la paz y las alianzas toman un rol central para disminuir un impacto global proyectando un futuro más sostenible para toda la humanidad.

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), están elaborados por el Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de las Naciones Unidas, con aportaciones de las organizaciones internacionales y regionales, así como los fondos, los programas y los organismos del sistema de las Naciones Unidas, los cuales pretenden ampliar los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) y alcanzar aquellos objetivos que no se cumplieron.

La idea central es que todos los países, con independencia de su nivel de desarrollo o riqueza, se comprometan a promover la prosperidad y a proteger el medioambiente. Los Objetivos de Desarrollo Sostenible no son obligatorios pero cada país asume la responsabilidad de trabajar por su cumplimiento.

Los 17 ODS son:

1. Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo

La pobreza se ha reducido en un 50% desde el año 2000 pero siguen existiendo millones de personas que viven con solo 1,90 dólares al día. La pobreza tiene muchas consecuencias como el

hambre, la malnutrición, la falta de una vivienda digna, la imposibilidad de acceder a la educación o las enfermedades. También se produce la discriminación de las personas con menos recursos de la sociedad, de forma que no tienen posibilidad de participar. Lograr que se alcance este objetivo supone fomentar un crecimiento económico que promueva la igualdad y que sea sostenible.

2. Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible

La agricultura y el sector alimentario son fundamentales para eliminar el hambre y la pobreza. Actualmente la tierra y el agua de los océanos y de los ríos se están degradando y sufren los efectos de la sobreexplotación. La reforma del sistema agrario y alimentario en todo el mundo es fundamental para que puedan comer todas las personas que pasan hambre.

3. Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades

Este objetivo es la base de todos los demás porque para alcanzar el resto de ODS es necesario que se garantice y promueva la salud y el bienestar. Todavía queda mucho trabajo por hacer porque las tasas de mortalidad materna y neonatal son muy altas, se propagan enfermedades infecciosas y existe una mala salud reproductiva. Entre otras acciones, para cumplir este objetivo, será necesario impulsar iniciativas que erradiquen determinadas enfermedades, financiar los sistemas de salud, mejorar el saneamiento y aumentar el acceso a los servicios médicos.

4. Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida de todos

Si se quiere alcanzar el desarrollo sostenible, la educación de calidad es la base. La educación y la alfabetización proporcionan a las personas las herramientas necesarias para salir de la pobreza y

tener un futuro mejor. La realidad es que actualmente existen más de 265 millones de niños y niñas que no están escolarizados. Los problemas que se deben combatir son el mal estado de las escuelas o la escasa preparación de los profesores, entre otros.

5. Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas

La igualdad entre los géneros es un derecho humano y la base para alcanzar la sostenibilidad. Para lograr la igualdad es necesario que mujeres y niñas accedan a la educación, a la atención médica, a un trabajo decente y puedan participar en los procesos de toma de decisiones políticas y económicas.

6. Garantizar la disponibilidad de agua y su gestión sostenible y el saneamiento para todos

La falta de agua potable o el agua de mala calidad tienen consecuencias en la seguridad alimentaria y en los medios para subsistir de muchas personas en el mundo. Para lograr que todos tengan acceso al agua potable y al saneamiento es fundamental que se gestionen de forma sostenible los recursos hídricos en el mundo.

7. Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos

La energía se utiliza para muchas actividades cotidianas como cocinar o el aseo personal, sin embargo, más de 300 millones de personas en el mundo siguen cocinando con combustibles muy contaminantes. Para proteger el medioambiente es fundamental impulsar la utilización de energías renovables en calefacción y transporte, entre otros aspectos, así como la financiación de tecnologías más limpias.

8. Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos

Se considera que la mitad de la población mundial, aproximadamente, vive con menos de 2 dólares al día y en muchos países se dan casos de explotación infantil. En algunos países el hecho de tener un empleo no ayuda a salir de la pobreza. En este sentido, con este objetivo, se trata de conseguir que todas las personas puedan tener un empleo de calidad, de manera que se reduzca el desempleo y se aumente la productividad y el consumo.

9. Industria, innovación e infraestructuras

Tener una economía fuerte depende de que se realizan inversiones importantes en las infraestructuras de los países. La innovación, además, es fundamental para que exista una industria más productiva y menos contaminante. Aunque durante los últimos años se ha producido una reducción de las emisiones de dióxido de carbono en la fabricación, la reducción no ha sido igual en todo el mundo.

10. Reducir la desigualdad en y entre los países

Actualmente existen grandes desigualdades en países y entre países en lo que respecta al acceso a los servicios de salud, a la educación y a los bienes productivos. Para reducir las desigualdades es fundamental que se favorezcan las exportaciones de los países en desarrollo y que se reduzcan los aranceles.

11. Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles

En general, se considera que las ciudades han ayudado a muchas personas a progresar social y económicamente y, de hecho, las ciudades han crecido y siguen creciendo de manera que se espera que, en 2030, 5.000 millones de personas vivan en ciudades. Para superar el reto de que tantas personas vivan en las ciudades, estas deben convertirse en espacios seguros, inclusivos, resilientes y sostenibles.

12. Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles

El consumo no sostenible produce contaminación y degrada el medioambiente, por lo tanto, es necesario actuar desde la raíz para apostar por sistemas de producción que respeten en entorno y que sean sostenibles. Además, todas las personas deben elegir modos de vida sostenibles para contribuir a cuidar la naturaleza y frenar el cambio climático.

13. Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos

El cambio climático es una realidad y está produciendo efectos negativos en las personas, en la economía y en la naturaleza. Para luchar contra el cambio climático en 2016 varios países firmaron el Acuerdo de París y se comprometieron a trabajar para limitar el aumento de la temperatura global a menos de 2 grados.

14. Conservar y utilizar en forma sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible

Los mares y los océanos no son solo fuente de vida, también son esenciales para el comercio y el transporte, pero, actualmente, la contaminación y la acidificación están causando cambios en los

ecosistemas. Para lograr proteger mares y océanos es fundamental una regulación que sea efectiva y que controle la sobrepesca y la contaminación.

15. Gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y detener la pérdida de la biodiversidad

Más del 30% de la superficie de la tierra está cubierta por bosques y los árboles son elementos esenciales para frenar el cambio climático. En la actualidad, se destruyen 13 millones de hectáreas al año, lo que provoca desertificación. El reto consiste en proteger los bosques, gestionar el uso de los recursos de forma sostenible y reducir la desertificación.

16. Promover sociedades justas, pacíficas e inclusivas

La paz es fundamental para lograr el resto de ODS, sin embargo, la violencia en todas sus manifestaciones sigue siendo un problema para personas de todo el mundo, en este sentido cabe destacar el maltrato infantil y sus graves consecuencias. La clave está en legislar para que las normas sean más efectivas y se protejan los derechos de las personas.

17. Revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible

De nada sirve que se establezcan objetivos si no hay acuerdos entre todos los actores que deben participar: gobiernos, empresas privadas y ciudadanos. En este sentido es fundamental fomentar alianzas para aunar esfuerzos y recursos y lograr que los ODS sean una realidad.



Figura 5: Objetivos de desarrollo sostenible, Naciones Unidas 2015, <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

11.2 Correo soporte entrega socialización profesional de calidad académica EEIE UIS

EA EEIE - Calidad Académica

Para: Usted

Vie 12/04/2024 9:26 AM

Buenos días, Jorge,

Cordial Saludo. Muchas gracias por compartir tus evidencias de la socialización realizada, la cual, consideramos que se encuentra completa. Asimismo, te informo que la Oficina de Calidad Académica y la EEIE no están autorizadas para generar algún tipo de certificado. Al respecto, hablé con el profesor Orlando y me informa que los entregables que enviaste son suficientes.

Quedo atenta,



Universidad Industrial de Santander

CONSTRUIMOS FUTURO

www.uis.edu.co
webadmin@uis.edu.co
Línea de atención: (+57-7) 634 40 00
Carrera 27 calle 9 ciudad universitaria
Bucaramanga, Colombia

Laura Liceth Pérez Mantilla
Profesional de Calidad Académica
Escuela de Estudios Industriales y Empresariales

- **Correo:** calidadind@uis.edu.co
- **Teléfono:** (+ 57-7) 634 40 00 Ext. 1046
- **Sede:** Bucaramanga

12. BIBLIOGRAFÍA

- Audris Amaro y Tábata Cisneros. (2021). Estrategias logísticas orientadas al mejoramiento de la gestión de almacenamiento en empresas (Vol. 1, pp. 22–33). <https://doi.org/10.33996/MAYA.V1I1.3>
- Austin, J., Stevenson, H., & Wei-Skillern, J. (Eds.). (2022). Social entrepreneurship: New models of sustainable social change. Oxford University Press.
- Belz, F. M., & Peattie, S. (2022). Sustainability marketing: An innovative approach to global environmental and social challenges. Routledge.
- Brenda Aracely Sagbay Zúñiga, Jorge García B., & Diego Santiago Álvarez Pinos. (2024). Caracterización, rentabilidad, liquidez y solvencia de las principales empresas que contrataron
- Bugg-Levine, A., Kogut, B. y Kulatilaka, N. (2012). Un nuevo enfoque para la financiación de empresas sociales. *Harvard Business Review*, 90(1/2), 118-123.
- Campbell, S. (1998). Emprendimiento social: cómo desarrollar nuevos emprendimientos comerciales con propósito social. *Gestión Estratégica del Cuidado de la Salud*, 16 (1), 17-28.
- Castro, C. J. (2004). Sustainable Development: Mainstream and Critical Perspectives. *Organization & Environment*, 17(2), 195–225. <https://doi.org/10.1177/1086026604264910>
- El Impacto Social de las Empresas (2018). <https://socialenterprise.es/el-impacto-social-de-las-empresas/>
- Gómez P., Correa K., Villasmil G., (2021). Modelo para la Creación de Emprendimientos Sociales en Antioquia, chrome

https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/30142/PabloAndres_GomezSanchez_Katherine_CorreaQuintero_GustavoAdid_VillasmilTrujillo_2021.pdf

IPCC. (2018). Informe especial sobre el calentamiento global de 1.5 °C. Contribución del Grupo de trabajo I al Sexto Informe de Evaluación del IPCC. Ginebra, Suiza: IPCC.

Kirchherr, J., Reike, D., & Hekkert, M. (2017). Conceptualizing the circular economy: An analysis of 114 definitions. *Resources, Conservation and Recycling*.

Kline, B. (2021). *First along the river: A brief history of the US environmental movement*. Rowman & Littlefield Publishers.

Lozano, R. (2022). *Corporate Sustainability: A Holistic Approach to Integrating Environmental, Social and Economic Performance*. Routledge.

Mair, J., y Martí, I. (2006). Investigación sobre emprendimiento social: una fuente de explicación, predicción y deleite. *Revista de Negocios Mundiales*, 41(1), 36-44.

Meadows, D., Meadows, D., Randers, J., & Behrens, W. (1972). *Rapport du Club de Rome*.

MADS: Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible de Colombia (2022), negocios verdes en colombia, <https://www.minambiente.gov.co/negocios-verdes/colombia>

Morgan, J., & Bulkeley, H. (2019). *Governing the green city: Urban sustainability and the production of environmental expertise*. Routledge.

Organización de las Naciones Unidas (ONU), asamblea general, 2022, <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/>

Pearce, D. (2002). An intellectual history of environmental economics. *Annual Review of Energy and the Environment*, 27(1), 57–81.

RECON Colombia. (2018). Informe de resultados: El emprendimiento social en Colombia. <https://doi.org/10.18356/65ce0c75-es>

RECON (2019). Página oficial. Recuperado de: <https://www.reconcolombia.org/>

Vásquez M., (2014) La empresa social como detonadora de calidad de vida y desarrollo sustentable en comunidades rurales, Pensamiento & Gestión On-line versión ISSN 2145-941X

Universidad Complutense Madrid España. (1 de 02 de 2024). *Universidad Complutense*.

Recuperado el 03 de 2024, de Vicerrectoria de comunicación:

<https://www.ucm.es/complutense-mejora-ranking-webometrics->

2024#:~:text=Respecto%20a%20dichos%20indicadores%2C%20en,Excelencia%20(mejorando%2060%20puestos)

REVISTA PORTAFOLIO (2022), 12 Empresas que desarrollan negocios haciendo el bien,

<https://www.portafolio.co/mas-contenido/12-empresas-que-desarrollan-negocios-haciendo-el-bien-573796>

Shanghai Ranking. (30 de 01 de 2024). Shanghai ranking. Recuperado el 03 de 2024, de Shanghai

ranking: <https://www.shanghairanking.com/rankings/arwu/2023>

S&P Global (2022), Anuario de sostenibilidad: <https://www.spglobal.com/esg/csa/yearbook/>

Yunus, Muhammad; Jolis, Alan. Banker to the Poor: micro-lending and the battle against world poverty. New York: PublicAffairs hc. pp. 46–49. ISBN 978-1-58648-198-8.