

Compiladores

Sandra Milena Malavera Pineda

Laura Elena Zapata Jiménez

Juan Santiago Calle Piedrahita



ISBN (Versión digital): 978-628-7765-30-6

Organizaciones en un contexto global e innovador



Compiladores

Sandra Milena Malavera Pineda

Laura Elena Zapata Jiménez

Juan Santiago Calle Piedrahita

Organizaciones en un contexto global e innovador

Organizaciones en un contexto global e innovador [Recurso electrónico] / compiladores Sandra Milena Malavera Pineda, Laura Elena Zapata Jiménez, Juan Santiago Calle Piedrahita. -- Medellín: Fondo Editorial Universidad Católica Luis Amigó, 2026.

Incluye referencias bibliográficas al final de cada capítulo.

Obra colectiva que reúne resultados de investigación sobre los desafíos contemporáneos de las organizaciones en escenarios de innovación, globalización e inclusión. A través de cinco capítulos analiza el emprendimiento, la economía social y solidaria, la inteligencia artificial, la actividad portuaria, la violencia basada en género, la cooperación económica y el desarrollo territorial, con el propósito de aportar elementos para la transformación organizacional y el fortalecimiento de los ecosistemas de innovación.

ISBN 9786287765306

PUERTOS; EMPRENDIMIENTO; INNOVACIÓN SOCIAL; ECONOMÍA SOCIAL; COOPERATIVAS; INTELIGENCIA ARTIFICIAL; PLANIFICACIÓN REGIONAL; VIOLENCIA CONTRA LA MUJER

Aranzazu Henao, Sasha Juliana; Quintero Arango, Luis Fernando; Malavera Pineda, Sandra Milena; Calle Piedrahita, Juan Santiago; Zapata Jiménez, Laura Elena; Zabala Salazar, Hernando; Vallejo Montoya, Elías Alexander; Isaza-Zapata, Gloria María

Ubicación: Virtual. Libro del Fondo editorial

Organizaciones en un contexto global e innovador

©Universidad Católica Luis Amigó

ISBN (Versión digital):

978-628-7765-30-6

DOI:

<https://doi.org/10.21501/9786287765306>

Fecha de edición:

6 de agosto de 2026

Autores:

Sasha Juliana Aranzazu Henao
Luis Fernando Quintero Arango
Sandra Milena Malavera Pineda
Juan Santiago Calle Piedrahita
Laura Elena Zapata Jiménez
Hernando Zabala Salazar
Elías Alexander Vallejo Montoya
Gloria María Isaza-Zapata

Compiladores:

Sandra Milena Malavera Pineda
Laura Elena Zapata Jiménez
Juan Santiago Calle Piedrahita

Jefe Fondo Editorial:

Carolina Orrego Moscoso

Asistente Editorial:

Luisa Fernanda Córdoba Quintero

Diagramación y diseño:

Arbey David Zuluaga Yarce

Corrector de estilo:

Kevin Ríos Ospina

Editor:

Fondo Editorial Universidad Católica Luis Amigó
Transversal 51A N°. 67B - 90. Medellín, Antioquia, Colombia
Tel: (604) 448 76 66
www.ucatolicaluisamigo.edu.co - fondo.editorial@amigo.edu.co

Capítulos resultados de investigación

Esta obra ha sido evaluada por pares, aprobada por el Fondo Editorial de la Universidad Católica Luis Amigó y editada bajo procedimientos que garantizan su normalización. Cumple, además, con el depósito legal en los términos de la normativa colombiana (Ley 44 de 1993, Decreto reglamentario N.º 460 de marzo 16 de 1995, y demás normas existentes).

Hecho en Colombia / Made in Colombia

Publicación financiada por la Universidad Católica Luis Amigó

Los autores son moral y legalmente responsables de la información expresada en esta compilación, así como del respeto a los derechos de autor, por lo tanto, no comprometen en ningún sentido a la Universidad Católica Luis Amigó. Así mismo, declaran la inexistencia de conflictos de interés de cualquier índole con instituciones o asociaciones comerciales.

Para citar esta compilación siguiendo las indicaciones de la séptima edición en español de APA:

Malavera Pineda, S. M., Zapata Jiménez, L. E., & Calle Piedrahita, J. S. (Comps.). (2026). *Organizaciones en un contexto global e innovador*. Fondo Editorial Universidad Católica Luis Amigó.
<https://doi.org/10.21501/9786287765306>



La compilación *Organizaciones en un contexto global e innovador*, publicada por la Universidad Católica Luis Amigó, se distribuye bajo una Licencia Creative Commons Atribución-No Comercial-Sin Derivar 4.0 Internacional. Permisos que vayan más allá de lo cubierto por esta licencia pueden encontrarse en <http://www.funlam.edu.co/modules/fondoeditorial/>

Índice general

Presentación

Ecosistema de innovación y emprendimiento en la actividad portuaria de la región de Urabá 6

Sasha Juliana Aranzazu Henao
Luis Fernando Quintero Arango

Análisis de la inclusión social-laboral al integrar la inteligencia artificial 24

Sandra Milena Malavera Pineda
Juan Santiago Calle Piedrahita
Laura Elena Zapata Jiménez

La cooperativización de plazas de mercado como instrumento de eliminación de desequilibrios en el mercado interno. La apuesta antioqueña 44

Hernando Zabala Salazar
Elías Alexander Vallejo Montoya

Comprensión de la violencia basada en género de mujeres emprendedoras de cooperativas 65

Juan Santiago Calle-Piedrahita
Gloria María Isaza-Zapata

Educación en economía social y solidaria puede contribuir a mejorar la reputación de las Cooperativas 92

Laura Elena Zapata Jiménez
Sandra Milena Malavera Pineda

Síntesis y reflexión final

Presentación

Organizaciones en un contexto global e innovador es una obra colectiva que reúne investigaciones académicas orientadas a comprender los desafíos y transformaciones que enfrentan las organizaciones de hoy, en medio de entornos caracterizados por la innovación, la globalización y la inclusión. Esta compilación parte de la necesidad urgente de articular conocimientos y prácticas desde diversos campos, como la administración, la economía social y solidaria, la inteligencia artificial, el emprendimiento, la sostenibilidad y la equidad, y el feminismo, con la intención de proponer rutas viables hacia un desarrollo organizacional más humano, estratégico y territorialmente pertinente.

La publicación surge en el marco del compromiso de la Universidad Católica Luis Amigó con la investigación aplicada, la producción de conocimiento con impacto social y la consolidación de ecosistemas de innovación. A través de cinco capítulos, los autores docentes e investigadores de distintas áreas y regiones, abordan diferentes perspectivas temáticas como el emprendimiento en regiones portuarias, la cooperación económica, la inteligencia artificial e innovación inclusiva, la violencia basada en género, la gestión del conocimiento, y el desarrollo territorial, entre otros.

Cada contribución es resultado de procesos de investigación avalados institucionalmente y evaluados por pares académicos, lo cual garantiza su solidez metodológica y relevancia científica. Con un enfoque interdisciplinar y una preocupación común por generar soluciones viables ante problemáticas estructurales que afectan a las comunidades, las empresas y los ecosistemas productivos.

Esta obra no solo busca aportar al debate académico, sino también servir de insumo para las personas que toman decisiones, como líderes sociales, empresarios, gestores públicos y estudiantes universitarios interesados en la transformación de sus territorios y en el uso de herramientas innovadoras para el cambio.



Para citar este capítulo siguiendo las indicaciones de la séptima edición en español de APA:
Aranzazu Henao, S. J., & Quintero Arango, L. F. (2026). Ecosistema de innovación y emprendimiento en la actividad portuaria de la región de Urabá. En S. M. Malavera Pineda, L. E. Zapata Jiménez, & J. S. Calle Piedrahita (Comps.). *Organizaciones en un contexto global e innovador* (pp. 6-23). Fondo Editorial Universidad Católica Luis Amigó. <https://doi.org/10.21501/9786287765306.1>

Ecosistema de innovación y emprendimiento en la actividad portuaria de la región de Urabá¹

Sasha Juliana Aranzazu Henao*

Luis Fernando Quintero Arango**

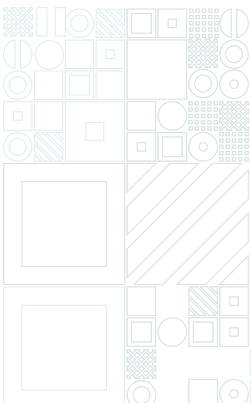
Resumen

Este capítulo de libro derivado de investigación tiene como objetivo analizar el ecosistema de la innovación y el emprendimiento relacionado con la actividad portuaria de la Región de Urabá. Este es el resultado del ejercicio investigativo titulado *Identificación de las líneas de negocio requeridas para la implementación de una terminal portuaria en la Región de Urabá*. Se realizó bajo las lógicas del enfoque cualitativo, con un método fenomenológico, muestreo no probabilístico, tipo bola de nieve, los participantes fueron cuatro personas de diferentes sectores; entidad privada, pública, universidad y un representante de la comunidad. La técnica de recolección de información fue una entrevista semiestructurada. Los resultados indican que es necesario innovar en los emprendimientos actuales

¹ Capítulo de libro resultado de investigación, derivado del proyecto "Identificación de las líneas de negocio que requiere la puesta en marcha de una terminal portuaria en la Región de Urabá" aprobado en convocatoria interna por resolución del Comité de Investigaciones n.º 2 del año 2023 de la Universidad Católica Luis Amigó. Investigación finalizada en noviembre de 2024.

* Profesional en Negocios Internacionales. Docente investigadora. Grupo de investigación Goras, Universidad Católica Luis Amigó, Medellín-Colombia. Correo electrónico: sasha.aranzazuhe@amigo.edu.co ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9451-1730>

** Doctor en Proyectos. Magíster en Dirección de Marketing. Docente investigador. Grupo de investigación Goras, Universidad Católica Luis Amigó, Medellín-Colombia. Correo electrónico: luis.quinterora@amigo.edu.co ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6268-065X>



y futuros para fortalecer las unidades productivas del ecosistema portuario. Esto puede facilitar que las necesidades de los puertos sean atendidas localmente, sin depender de empresas ubicadas en otras regiones. Se logró concluir que las empresas que lleguen a la región deben generar oportunidades de empleo, pero también un impacto social y ambiental favorable para los habitantes del territorio.

Palabras clave

Comercio exterior; Emprendimiento; Infraestructura; Innovación; Líneas de negocio; Puertos; Urabá.



Introducción

En los ecosistemas empresariales actuales es necesario contar con elementos directamente relacionados que brinden una interacción entre diversos actores y su misma aplicación, esto puede surgir a partir de aspectos vinculantes como la innovación y el emprendimiento, donde se logra consolidar ese ecosistema dinámico orientado a trabajar en un desarrollo sostenible, aportando al tejido empresarial y la misma sociedad (Roundy, 2024).

El avance y crecimiento de las subregiones, regiones y ciudades, se consigue a través de encadenamientos productivos, tanto de las empresas ubicadas en una región, como de las que llegan para integrarse a esas nuevas redes empresariales (Marín Cardona & Cuartas Torres, 2022). Esta integración fomenta las conexiones entre los diferentes actores, o incluso desde los mismos sectores de la industria, para fortalecerse entre sí y poder crear ventajas competitivas y atender las necesidades del mercado.

En este sentido, según Ramírez Méndez et al. (2022), al momento en que se estructura un ecosistema sólido, organizado y con propósito, se puede pensar en procesos de transformación con base en la innovación, donde se pretenda hacer diversificación, diferenciación y creación de nuevos productos y servicios. Esto puede lograr que los nuevos emprendimientos, o aquellos en etapa de crecimiento, logren adaptarse a lo que una región necesita para atender sus necesidades locales que, en este caso, están enfocadas en el tema de la infraestructura portuaria en la región de Urabá, a partir de la construcción de los puertos, un proyecto de alto impacto que seguro requiere de empresas de todos los sectores productivos, con el fin de atender las necesidades derivadas que requiere este tipo de proyectos portuarios.

Igualmente, ese fortalecimiento y el avance del ecosistema emprendedor para atender esas necesidades propias del territorio deben estar encaminadas a pensar cómo lograr adaptarse a las particularidades culturales, sociales y económicas de esa región (Quintero Arango, 2018).

Es por ello que, en el marco de la investigación, enfocada en analizar el tema de los puertos en la región de Urabá, se realizó el trabajo de campo con un representante de cada sector productivo; empresa pública y privada, universidad y un representante de la comunidad. A partir de allí, se logró identificar unas bases de negocios que son necesarias para atender los emprendimientos nuevos y actuales, ideas de negocios que logran tener un punto de partida desde la innovación. Entre los temas emergentes que surgieron a partir de las entrevistas, se presentaron aspectos como la transformación

social, el impacto social, emprendimiento e innovación social. Seguidamente de la innovación disruptiva enfocada en: consultorías, asesorías especializadas y empresas de tecnología.

Por otro lado, a partir de ese diagnóstico inicial, los participantes expresan que también se logran ideas de negocios enfocadas desde los servicios estratégicos, como lo describe Quintero Arango (2024) estos pueden ser: asesorías, consultorías empresariales y jurídicas, traducciones, oficinas de comercio exterior, desarrollo de software, hoteles, restaurantes y unidades industriales. Estas incluyen talleres para maquinaria pesada, vehículos, montacargas, reparaciones de equipos de cómputo, centros de comercio especializados en temas de logística, empresas del sector textil, confección, entre otros.

Es así como el desarrollo de las capacidades emprendedoras, requiere de un factor estratégico, como la educación, en especial a nivel de formación técnica, tecnológica y superior, de manera especial en áreas clave como logística, tecnologías de la información, administración de empresas, contabilidad, comercio exterior, negocios internacionales y temas relacionados con el medio ambiente y la sostenibilidad.

No obstante, es relevante detallar cómo el desarrollo portuario, así como el ecosistema de innovación y de emprendimiento, puede traer consigo algunos factores de riesgo, como pueden ser: delincuencia, extorsiones, informalidad, entre otros. Frente a estos eventos, la gobernanza territorial, las autoridades y el trabajo comunitario, deben de desempeñar un rol preventivo y estratégico, desarrollando propuestas de acción para minimizarlos.

Para cerrar este apartado, la región de Urabá, presenta una mirada de futuro favorable, apoyada en la infraestructura, la innovación, y el emprendimiento. Estos tres ejes de trabajo pueden aportar a consolidar un ecosistema articulado, que beneficie a todos los actores del territorio, incluyendo aspectos relacionados con el medio ambiente y la sostenibilidad, para que la comunidad trabaje en mejorar la calidad de vida con principios de equidad, sostenibilidad y bienestar general.

Marco teórico

A lo largo de la historia, los puertos internacionales han desempeñado un papel estratégico en el desarrollo económico de las naciones. La ubicación de la infraestructura portuaria en puntos clave de acceso marítimo ha facilitado el intercambio

de mercancías, al permitir la expansión del comercio internacional y la conectividad regional. Su evolución ha estado vinculada al crecimiento económico, la modernización del transporte y la globalización de los mercados (Quintero Ramos et al., 2021).

A continuación, se abordan los sustentos referenciales relacionados con el tema portuario, el emprendimiento y la innovación, desde el contexto portuario en la región de Urabá.

El sector portuario: fundamentos y perspectiva global

Según la Ley de Puertos de México (1993) un puerto es un espacio habilitado para recibir, proteger y atender embarcaciones, que cuenta con servicios e instalaciones para la transferencia de bienes y personas entre distintos modos de transporte. Esta definición refleja la complejidad funcional de un puerto moderno, que no se limita únicamente al cargue y descargue de mercancías, sino que abarca servicios logísticos e industriales.

Autores como Bobadilla Falla y Vanegas Camargo (2018) han destacado el papel histórico de los puertos en el comercio mundial. El avance tecnológico y la globalización han hecho más eficiente el transporte de mercancías al consolidar a los puertos como elementos estructurales de comercio global.

Es así como Granda (2005) sustenta que los puertos fomentan la inversión, al generar empleo y promover la actividad económica en sus regiones de influencia, transformando territorios y acercando los encadenamientos productivos. Además, la implementación de tecnologías modernas y modelos de gestión han mejorado su eficiencia operativa (The Logistics World, 2023).

Desde una perspectiva integral, Martner Peyrelongue (1999) considera que los puertos actúan como distritos marítimos donde confluyen actividades sociales, productivas y de servicios, formando espacios urbanos con identidad propia. El impacto económico de los puertos, analizado por Aparco y Chang (2018a; 2018b), toma como ejemplo la terminal portuaria de Callao en Perú, en su estudio concluyeron que la operación de esta terminal impulsó sectores como la manufactura y la construcción, gracias al valor agregado y a la generación de empleo.

Infraestructura portuaria en Colombia

La infraestructura portuaria contribuye al desarrollo regional al facilitar la industrialización y diversificación económica (Zepeda et al., 2017). En Colombia, las principales zonas portuarias se localizan en la Costa Caribe y el Pacífico, destacándose Buenaventura como uno de los puertos más relevantes de Latinoamérica (Martínez Mosquera et al., 2018).

Adicionalmente, la Superintendencia de Transporte (2023), indica que entre enero y septiembre de 2023 se movilizaron 127,2 millones de toneladas de mercancías en los puertos colombianos, con la región Caribe concentrando el 86,8 % del total. Esta cifra demuestra la importancia estratégica de este tipo de infraestructura para la economía nacional.

Asimismo, estos proyectos generan empleos directos e indirectos en sectores como la construcción y los servicios logísticos. Yepes et al. (2013) resaltan su aporte al desarrollo urbano a través de la mejora de las vías, el transporte y otros servicios públicos.

Urabá Antioqueño: entre el potencial y la realidad

La subregión del Urabá Antioqueño, situada estratégicamente cerca de los océanos Atlántico y Pacífico, posee un potencial logístico considerable. Esta zona, rica en biodiversidad y cultura, ha transitado desde una vocación forestal a una agroindustrial y portuaria (Gobernación de Antioquia, 2020; Corporación para el Desarrollo Sostenible del Urabá, 2020).

Asimismo, de acuerdo con el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación (2023) y el Departamento Nacional de Planeación (2023), la región ha diversificado su economía hacia el comercio, la industria y el turismo, sin perder su esencia agrícola. Las terminales portuarias que se pondrán en marcha en la región de Urabá, y ubicadas en el Distrito de Turbo, se destacarán por su localización y condiciones viales. Aunque enfrentan retos como la competencia portuaria nacional y las necesidades de inversión en el territorio.

La apertura de estos puertos en Urabá impulsará el acceso de las empresas locales a mercados más amplios, dinamizará la economía de la región y fomentará el emprendimiento y la innovación (García & Galíndez Mahecha, 2018).

El emprendimiento como motor de desarrollo local

La Ley 1014 del 2006 define el emprendimiento como una actitud orientada a la creación de valor mediante la identificación de oportunidades y la gestión del riesgo. De acuerdo con Ávila Angulo (2021), resalta el papel del emprendedor como motor del cambio social y generador de empleo.

Esto puede también evidenciar la razón de que las pequeñas y medianas empresas se beneficien del desarrollo portuario al mejorar su competitividad y su acceso a nuevos mercados (Kirby & Bros, 2011). Cavazos-Arroyo y Giuliani (2017) añaden que los emprendimientos fomentan la innovación y el bienestar social, y Duarte y Ruiz Tibana (2009) enfatizan que el emprendimiento tiene la capacidad de transformar comunidades mediante soluciones innovadoras ligadas a megaproyectos.

Por su parte, García-Cáceres y Ospina-Estupiñán (2017) concluyen que el emprendimiento local permite que las comunidades cercanas a los puertos se integren al desarrollo portuario, al generar ingresos sostenibles y mejorando la calidad de vida.

Innovación y competitividad territorial

La innovación se ha consolidado con un activo estratégico fundamental en la búsqueda de la productividad y la competitividad de los territorios en la era tecnológica. Según Gutiérrez Arenas y Quintero Arango (2019), la innovación no solo se limita a la introducción de nuevas tecnologías, sino que implica un cambio profundo en la cultura organizacional, en los modelos de negocios y en la forma de generar valor. Desde esta perspectiva, los territorios que apuestan por la innovación logran fortalecer su capacidad para adaptarse a los cambios globales, diversificar su economía y desarrollar ventajas competitivas sostenibles. Según esto, Quintero Arango (2024) resalta que la innovación orientada desde lo local impulsa la creación de redes de conocimiento, la articulación entre actores públicos y privados, y la generación de soluciones que responden a las realidades del entorno.

Asimismo, Nieto y Quevedo (2012) sostienen que el vínculo entre innovación y competitividad territorial es más fuerte cuando se promueve la cooperación entre empresas, universidades y gobiernos, lo que se conoce como la triple hélice. Esta interacción fomenta un ecosistema de innovación que estimula el desarrollo endógeno.

Impactos del proyecto portuario en Urabá

El proyecto portuario en Urabá traerá múltiples beneficios: reducción de costos logísticos, atracción de inversión, mejora de la infraestructura vial y competitividad regional. Según la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI) (2019), este proyecto convertirá a Urabá en una puerta estratégica al Atlántico y fortalecerá la economía antioqueña.

No obstante, Botero Chica (2009) advierte sobre la necesidad de mitigar los impactos ambientales y sociales. Es fundamental garantizar la sostenibilidad del proyecto, asegurando la protección de biodiversidad y la inclusión de las comunidades locales en los procesos de desarrollo y preservando temas de seguridad y convivencias para los diferentes actores.

Metodología

En el desarrollo de la metodología propuesta para este manuscrito, se encuentra como base el enfoque cualitativo. Como lo explica Galeano (2007), la comprensión y el contexto hacen parte de esa profundidad de la investigación cualitativa, desde las realidades propias de sus actores y de las situaciones sociales, económicas, políticas, culturales y ambientales que pueden presentarse en el entorno. Asimismo, el nivel de la investigación fue de orden descriptivo.

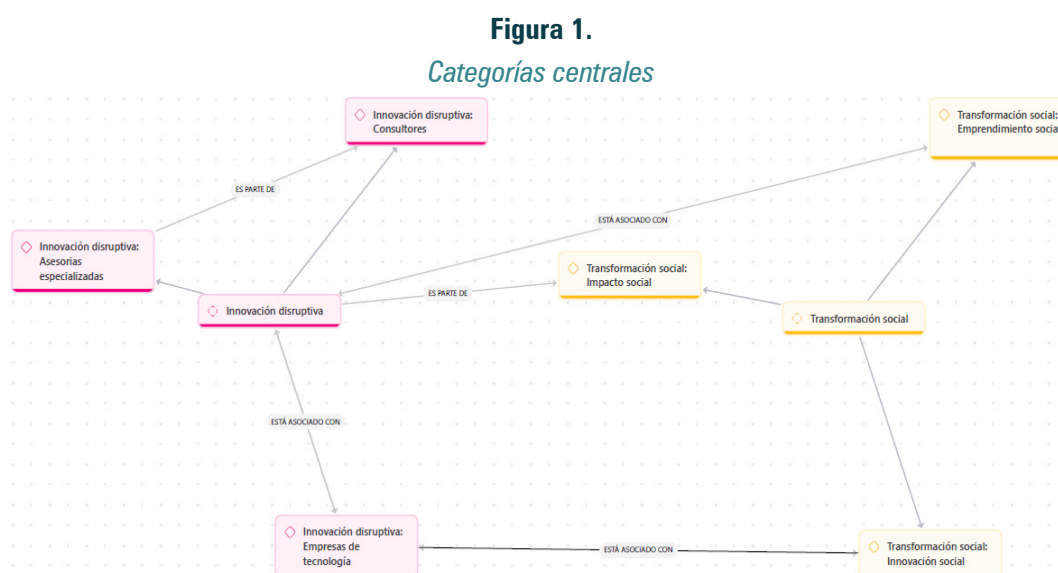
Igualmente, el método utilizado para el desarrollo de la investigación fue fenomenológico; Álvarez-Gayou (2003) explica que, desde el fenómeno a investigar, se requiere conocer la vivencia y experiencias de los otros, por eso es importante, la interacción y el diálogo que se pueda lograr con los participantes que están inmersos en el tema a investigar. Es por ello que los criterios de inclusión definidos para realizar la investigación estuvieron enmarcados en personas que se encontraran activas en los siguientes sectores: empresarios (sector público y privado), academia, gremio y un representante de la comunidad.

Para la técnica de recolección de información, se diseñó una entrevista semiestructurada, con un instrumento de preguntas abiertas, con el fin de lograr un diálogo entre los participantes y el grupo de investigación, este es definido por Bernal (2016)

como una técnica que facilita comprender las realidades del contexto de forma amplia, al posibilitar la conversación y tener en cuenta que se puede lograr una profundidad en conocer de manera directa el sentir de las personas entrevistadas.

El análisis de la información se desarrollará bajo categorías abiertas, determinadas desde el objetivo principal propuesto, que fue identificar las líneas de negocio requeridas para la implementación de una terminal portuaria en la Región de Urabá. Según Rico de Alfonso (1990), el análisis categorial es una manera de encontrar la síntesis del proceso investigativo, esto facilita la comprensión de la interacción que se tiene con los participantes, de la teoría y de la postura que los investigadores asumen frente al tema que se investiga.

En este caso, se toman dos categorías centrales: 1) innovación disruptiva y 2) emprendimiento vinculado con la transformación social, en la Figura 1 se explica cada una y su relación con subcategorías vinculantes.



Nota. Categorías obtenidas a partir de las entrevistas.

Resultados

En el contexto y análisis de los resultados, se realizó una categorización y codificación de las cuatro entrevistas realizadas a diferentes actores: un actor de la comunidad, un integrante de la Cámara de Comercio de la región de Urabá, un participante de una institución de educación superior de la unidad de innovación y un representante del sector

portuario. A partir de la Figura 1, donde se tienen en cuenta dos categorías centrales: 1) innovación disruptiva, que a su vez tiene tres subcategorías; empresas de tecnología, consultorías y asesorías; y 2) la categoría de la transformación social, a partir de las subcategorías; impacto, emprendimiento e innovación social; se puede ver cómo cada una de estas se determinan a partir de las oportunidades que se pueden generar en la línea de negocios desde el desarrollo de la actividad portuaria en la región.

En primer lugar, en la Tabla 1 se analiza lo encontrado desde cada entrevista realizada. Se destaca que, desde los cuatro actores, existe una coherencia en la necesidad de contar con empresas que logren apropiarse de cambios transformadores, es decir, de una innovación disruptiva, que permita aprovechar las oportunidades que brindan las tecnologías de la información y las comunicaciones, así como la inteligencia artificial y el internet de las cosas. Es necesario que las nuevas tecnologías sean el insumo para generar cambios en los procesos, servicios y en la manera de realizar las actividades en las organizaciones, esto para lograr un cambio positivo y poder responder a las necesidades corporativas con eficiencia y eficacia.

Tabla 1.
Categorías innovación disruptiva

Categoría	Subcategoría	Análisis
Innovación disruptiva	Empresas de tecnología	Es necesario fortalecer las empresas con base tecnológica, con el fin de responder a las demandas de todo tipo de empresas que se pueden ubicar en la región.
	Consultorías	Definir aspectos relacionados con el acompañamiento a las empresas nuevas y ya creadas en la región. Esto con el fin de orientar según las necesidades de los diferentes actores empresariales para lograr una dinámica de fortalecimiento y de actualidad frente al tema de la consultoría.
	Asesorías	Contar con empresas que logren tener un conocimiento en temas específicos, como son comercio exterior, permisos, autorizaciones, aspectos legales y otros que requieran tanto las empresas actuales como las que se vayan a conformar.

Continuando con el análisis de los resultados, en la Tabla 2 se detallan aspectos relacionados con la transformación social como categoría central. Lo que se evidencia en la interacción con los participantes es que la región y las zonas de influencia tienen un impacto positivo en el cambio estructural y físico, así como en la comunidad.

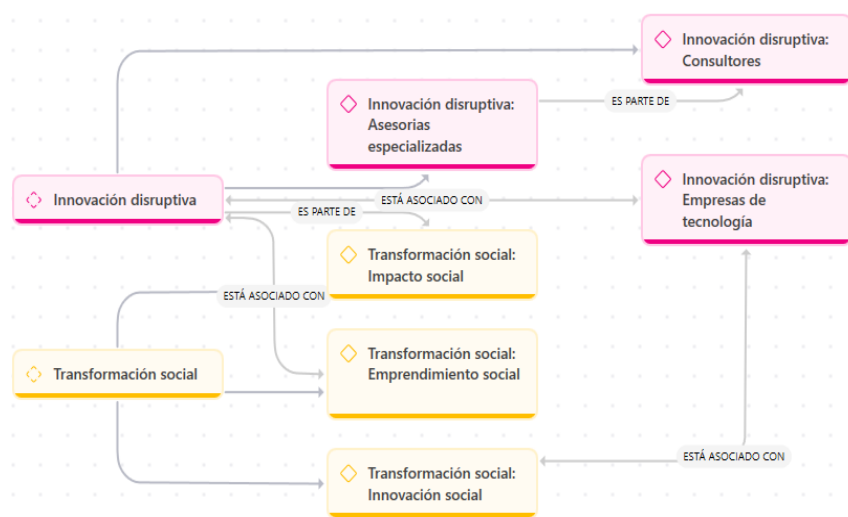
Tabla 2.
Categoría transformación social (emprendimiento)

Categoría	Subcategoría	Análisis
Transformación social (emprendimiento)	Impacto social	Las nuevas o actuales empresas que lleguen a prestar los servicios a la zona portuaria deben lograr un impacto social positivo, generando empleo, creando un desarrollo en la infraestructura de la zona, buscando mejorar la calidad de vida de las personas en el territorio de impacto.
	Emprendimiento social	Las empresas, personas y emprendedores deben de trabajar en un ecosistema que les permita identificar aspectos relacionados con qué y cuáles tipos de emprendimiento pueden consolidarse para ofrecer a las necesidades de la zona portuaria. Algo para destacar es que el emprendimiento social debe buscar alternativas y propuestas innovadoras.
	Innovación social	Pensar en involucrar opciones y alternativas novedosas que lleven consigo aspectos sociales que implique un trabajo de la comunidad y propuestas que logren una transformación desde los servicios, modelos o productos que se ofrecen.

Es de destacar que la innovación disruptiva y la transformación social sean elementos vinculantes, para aportar a la solución de situaciones comunitarias que impacten de manera positiva a la sociedad. En este sentido, estos dos elementos, la innovación disruptiva y la transformación social, pueden lograr que los emprendedores, empresarios y la comunidad, busquen alternativas de acción para atender las necesidades que se presentan en estos nuevos proyectos portuarios y puedan tener un impacto positivo en sus comunidades.

En la Figura 2 se presenta el ecosistema que existe entre las categorías centrales de innovación disruptiva y transformación social especialmente desde el emprendimiento.

Figura 2.
Relación entre categorías y subcategorías

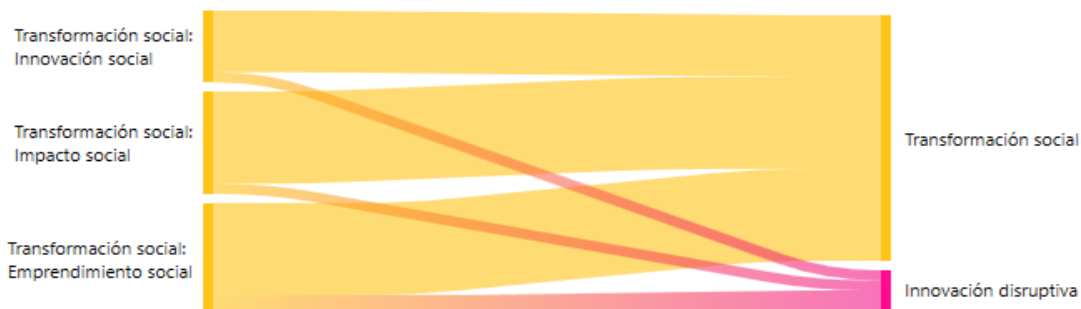


Nota. Elaboración a partir de entrevistas.

De otro lado, en la Figura 3 se evidencia una relación aceptable con respecto al tema de la innovación disruptiva y los aspectos relacionados con la innovación social, el impacto social y el emprendimiento social, lo cual demuestra que es necesario que se logre contar con una mejor vinculación de aspectos relacionados con la innovación frente a aspectos vinculados con las subcategorías del emprendimiento.

Figura 3.

Relación entre innovación y emprendimiento

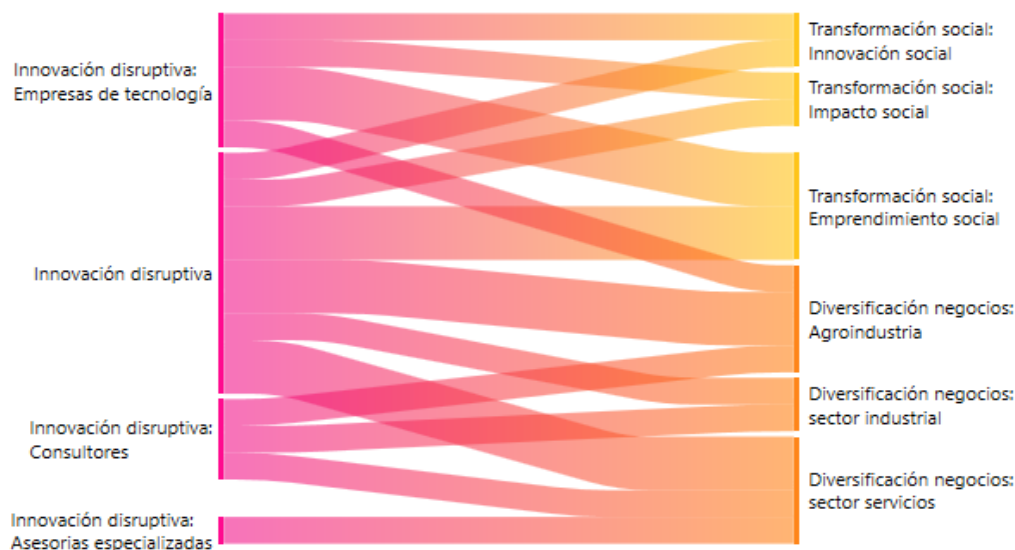


Nota. Elaboración a partir de entrevistas.

En la Figura 4 se explica que existe una relación sobresaliente entre la transformación social desde el impacto social, el emprendimiento y la innovación social, vinculando tres sectores de la industria y la innovación disruptiva. Este aspecto permite identificar cómo las empresas, que tienen intención de ubicar sus unidades de negocio o fortalecer aquellas que ya se encuentran en ejecución, pueden trabajar en mejorar los procesos de innovación y mejora continua, para responder a las necesidades del mismo mercado que allí se desarrollará.

Figura 4.

Relación entre emprendimiento e innovación



Nota. Elaboración a partir de entrevistas.

Conclusiones

A partir de las entrevistas realizadas, y desde el análisis de los resultados que permitieron consolidar el proceso de investigación, se presentan las conclusiones y recomendaciones que se detallan a continuación.

Como lo propone Roundy (2024), en el ecosistema del emprendimiento se pueden implementar estrategias que permitan un encadenamiento productivo teniendo presente a los emprendedores, con el fin de que fortalezcan esas unidades productivas y consoliden su idea de negocio. Igualmente, como lo indica Marín Cardona y Cuartas Torres (2022), los puertos, por ser infraestructuras de alto impacto en una región, en este caso Urabá, pueden requerir de empresas que les presten cierto tipo de servicios por un tiempo determinado, esto puede ayudar a que los emprendedores se beneficien de este tipo de estrategias, es decir, modelos de contratos por prestación de servicios especializados.

Igualmente, desde el aspecto de la innovación, según lo expresan Gutiérrez Arenas y Quintero Arango (2019), es necesario comprender que el concepto no solo está relacionado con la tecnología, sino que se puede pensar desde el colectivo social, como una oportunidad de mirar la innovación social y el emprendimiento social, lo anterior fueron hallazgos que se evidencian en los resultados de la investigación. Es necesario que una región, en este caso Urabá, y la infraestructura portuaria se logren conectar con las necesidades sentidas que todos pueden tener, por ello lo argumentado por Ramírez Méndez et al. (2022) es fundamental, que el diálogo y los espacios de colaboración sean dispuestos para la participación de todos los actores, así lo expresaron cada uno de los participantes entrevistados en la investigación.

Así las cosas, el ecosistema inicial que se presenta en la región de Urabá, a partir de la infraestructura portuaria, debe ser una construcción colectiva, esto considerando que la región misma espera que este tipo de proyectos de alto impacto sean beneficiosos para la región, aunque es importante contemplar que también traerá consigo problemáticas sociales que se deben tratar desde la gobernabilidad.

Desde los aspectos que se vislumbran para trabajar, se puede contemplar, en primera instancia, que es necesario que se logre vincular la innovación disruptiva, como un eje transversal, a los emprendimientos y se puedan fortalecer aquellas unidades productivas que se encuentran en el ecosistema portuario. Esto puede permitir que las necesidades que se presenten en la zona puedan ser atendidas por las empresas de la región y no esperar a contratar organizaciones de otras regiones o internacionales.

Por otro lado, es importante destacar que los cuatro actores que participaron en las entrevistas consideran que el sector portuario tiene una responsabilidad de transformar el territorio y de generar un impacto directamente en los ciudadanos, es por ello que se está trabajando en procesos de capacitación y sensibilización con la comunidad para que conozcan, detalladamente, cuáles son las necesidades que tiene el sector portuario y cómo se pueden vincular a partir de emprendimientos que ya existen o se puedan crear, pero teniendo en cuenta que en la medida de las posibilidades se logre contar con unidades productivas que vayan en concordancia con el objetivo de mejorar el ecosistema empresarial.

Se logró evidenciar, además, que es importante prepararse y capacitarse en algunas líneas que son necesarias para poder responder a las necesidades del sector portuario. Es así como temas de bilingüismo, ingenierías, electricidad, entre otras áreas, se están trabajando con algunas universidades para ofrecer programas y capacitaciones a la población del sector, con el fin de que ellos mismos sean la mano de obra calificada y puedan trabajar para las empresas y los puertos.

Asimismo, es importante recomendar que se consoliden políticas públicas con el fin de articular un ecosistema que sea vinculante y que sea permanente en el tiempo para impulsar de manera especial el emprendimiento. También, se debe propender por generar espacios para la formación en el trabajo y desarrollo humano, que cuente con actores como las universidades y el sector empresarial, con el propósito de formar según las necesidades que se puedan presentar para la región y el proyecto portuario. Se recomienda que se trabaje en encadenamientos productivos y en fortalecer estrategias de encadenamiento y clúster empresariales, tanto de productos como de servicios para atender diversidad de necesidades que se puedan presentar en los actores de la región.

Para los actores ubicados en la región de Urabá, la zona portuaria puede ser el inicio de un desarrollo productivo con prosperidad, se debe pensar en estrategias para trabajar por un avance equilibrado, especialmente desde lo económico y social; conservar el rumbo y contar con una prospectiva hacia donde se quiere llegar resulta valioso para determinar qué otros proyectos e inversiones pueden llegar a la región, para que sea un polo de desarrollo para Antioquia y Colombia.

Referencias

- Álvarez-Gayou, J. L. (2003). *Cómo hacer investigación cualitativa. Fundamentos y metodología*. Paidós.
- Aparco, A., & Chang, F. (2018a). Impacto del puerto de Callao en el desarrollo económico regional. *Revista Peruana de Economía*, 25(3), 55-72. <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/economia/article/view/20227>
- Aparco, E., & Chang, V. (2018b). Medición del impacto económico de las terminales portuarias del Callao: Un análisis mediante la Matriz Insumo-Producto. *Estudios de Economía Aplicada*, 36(3), 743-764. <https://doi.org/10.25115/eea.v36i3.2551>
- Asociación Nacional de Empresarios de Colombia. (2019). *Estudio de política portuaria comparada*. <https://www.andi.com.co/Uploads/Maritima%20y%20portuaria.pdf>
- Ávila Angulo, E. (2021). La evolución del concepto de emprendimiento y su relación con la innovación y el conocimiento. *Investigación y Negocios*, 14(23), 32-48. <https://doi.org/10.38147/invneg.v14i23.126>
- Bernal, C. (2016). *Metodología de la Investigación*. Pearson.
- Bobadilla Falla, J. D., & Venegas Camargo, A. (2018). La importancia de los puertos dentro de la economía en Colombia y sus países fronterizos. *Punto de Vista*, 9(1), 1-13. <https://doi.org/10.15765/pdv.v9i13.1115>
- Botero Chica, C. (2009). Los efectos dinámicos del puerto de Urabá. *Revista Politécnica*, 5(8), 9-25. <https://revistas.elpoli.edu.co/index.php/pol/article/view/120>
- Cavazos-Arroyo, J., & Giuliani, A. C. (2017). Escalabilidad: concepto, características y retos desde el emprendimiento comercial y social. *Cuadernos del CIMBAGE*, 1(19), 27-41.
- Congreso de Colombia. (2006). *Ley 1014 de 2006. De fomento a la cultura del emprendimiento*. <https://minciencias.gov.co/sites/default/files/upload/reglamentacion/ley-1014-2006.pdf>

- Congreso de los Estados Unidos Mexicanos. (1993). *Ley de Puertos*. Suprema Corte de Justicia de la Nación. <https://legislacion.scjn.gob.mx/Buscador/Paginas/wfArticuladoFast.aspx?q=sGiNPMW3FcBkLTcl6r0z02LXfkdnA83+1p++vedo-DKee19q7N01Z5xD2aGMZ8AEzcllqAxlPtggkvopPo9gNBw==>
- Corporación para el Desarrollo Sostenible del Urabá. (2020). *Perfil Subregional Urabá*. <https://ctpantioquia.co/wp-content/uploads/2020/11/perfil-subregional-uraba.pdf>
- Departamento Nacional de Planeación. (2023). *Urabá: Diagnóstico y perspectivas de desarrollo*. https://www.dnp.gov.co/LaEntidad_/Direccion-general/oficina-asesora-planeacion/Paginas/informes-de-gestion.aspx
- Duarte, T., & Ruiz Tibana, M. (2009). Emprendimiento, una opción para el desarrollo. *Scientia Et Technica*, 15(43), 326-331.
- García-Cáceres, R. G., & Ospina-Estupiñán, H. R. (2017). Evolución del modelo de zonas francas permanentes en el mundo: Con un énfasis en el caso Latinoamericano. *DYNA*, 84(202), 221-229. <https://doi.org/10.15446/dyna.v84n202.59402>
- García, D. M., & Galíndez Mahecha, D. C. (2018). Puerto de Urabá: Oportunidad logística para las exportaciones en Colombia. Estudio de caso. *En-Contexto Revista de Investigación en Administración, Contabilidad, Economía y Sociedad*, 6(8), 109-126. <https://doi.org/10.53995/23463279.479>
- Galeano, M. E. (2007). *Diseño de proyectos en la investigación cualitativa*. Fondo Editorial Universidad EAFIT.
- Granda, J. (2005). *Ciudades puerto en la economía globalizada: la arquitectura organizacional de los flujos portuarios*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe.
- Gobernación de Antioquia. (2020). *Plan de Desarrollo. Unidos por la vida 2020-2023*. https://plandesarrollo.antioquia.gov.co/archivo/PlanDesarrolloUNIDOS_VF-comprimido-min.pdf
- Gutiérrez Arenas, A., & Quintero Arango, L. F. (2019). La innovación como activo estratégico para la productividad en la era tecnológica. *Science of Human Action*, 4(2), 308-330. <https://doi.org/10.21501/2500-669X.3498>

- Kirby, C., & Brosa, N. (2011). La logística como factor de competitividad de las Pymes en las Américas. *Banco Interamericano de Desarrollo*, 1-39. <http://dx.doi.org/10.18235/0007858>
- Marín Cardona, P. F., & Cuartas Torres, C. A. (2022). Ecosistemas de emprendimiento: hacia una reflexión práctica y conceptual. *Revista Universidad y Empresa*, 24(43), 1-38. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.12044>
- Martínez Mosquera, S., López Gil, D. M., & Ojeda Triana, D. A. (2018). Estudio Comparativo de los Puertos San Antonio y Buenaventura con miras a la mejora de la competitividad: Caso Colombia. *Revista Punto de Vista*, 9(2), 1-14. <https://doi.org/10.15765/pdv.v9i14.1181>
- Martner Peyrelongue, C. (1999). El puerto y la vinculación entre lo local y lo global. *EURE*, 25(75), 103-120. <https://dx.doi.org/10.4067/S0250-71611999007500005>
- Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación. (2023). *Urabá: Documento subregional*. <https://centralpdet.renovacionterritoio.gov.co/wp-content/uploads/2022/02/Uraba-Documento-subregional-2023.pdf>
- Ramírez Méndez, G. G., Magaña Medina, D. E., & Ojeda López, R. N. (2022). Productividad: aspectos que benefician a la organización. Revisión sistemática de la producción científica. *Trascender, Contabilidad y Gestión*, 7(20), 189-208. <https://doi.org/10.36791/tcg.v8i20.166>
- Rico de Alfonso, M. (1990). *El análisis de contenido y otros métodos de análisis cualitativo en las ciencias sociales*. Alianza.
- Roundy, P. T. (2024). Ecosistemas empresariales e impacto social: oportunidades en la intersección del lugar, el desarrollo sostenible y la gestión tecnológica. *Revista CEA*, 10(24), 1-5. <https://doi.org/10.22430/24223182.3267>
- Quintero Ramos, M., Almanza-Vides, K., & Pimiento Gómez, S. (2021). Estrategias para potenciar la competitividad internacional de Puertos Marítimos en contextos globalizados. *Revista de Ciencias Sociales*, 27(3), 250-271. <https://doi.org/10.31876/rcs.v27i3.36768>
- Quintero Arango, L. F. (2018). Estrategias de las multilatinas colombianas y su proceso de internacionalización. *Revista Espacios*, 39(42), 1-6.

- Quintero Arango, L. F. (2024). Cultura organizacional e innovación como estrategia de competitividad en las mipymes. En J. Martínez Gómez (Comp.), *Innovación y competitividad en las organizaciones* (pp. 7-24). Fondo Editorial Universidad Católica Luis Amigó. <https://doi.org/10.21501/9789588943947>
- Superintendencia de Transporte. (2023). *Boletín estadístico de tráfico portuario en Colombia: enero a septiembre de 2023*. Superintendencia de Transporte. https://www.supertransporte.gov.co/documentos/2023/Diciembre/Puertos_29/26-12-
- The Logistics World. (2023). *La importancia de los puertos en el desarrollo económico y social en México y Latinoamérica*. <https://thelogisticsworld.com/comercio-internacional/la-importancia-de-los-puertos-en-el-desarrollo-economico-y-social-en-mexico-y-latinoamerica/>
- Yepes, T., Ramírez, J. M., Villar, L., & Aguilar, J. (2013). *Infraestructura del transporte en Colombia*. Fedesarrollo.
- Zepeda-Ortega, I. E., Ángeles-Castro, G., & Carrillo-Murillo, D. G. (2017). Infraestructura portuaria y crecimiento económico regional en México. *Economía, Sociedad y Territorio*, 17(54), 337-366. <https://doi.org/10.22136/est002017806>



Para citar este capítulo siguiendo las indicaciones de la séptima edición en español de APA:
Malavera Pineda, S. M., Calle Piedrahita, J. S., & Zapata Jiménez, L. E. (2026). Análisis de la inclusión social-laboral al integrar la inteligencia artificial. En S. M. Malavera Pineda, L. E. Zapata Jiménez, & J. S. Calle Piedrahita (Comps.). *Organizaciones en un contexto global e innovador* (pp. 24-43). Fondo Editorial Universidad Católica Luis Amigó. <https://doi.org/10.21501/9786287765306.2>

Análisis de la inclusión social-laboral al integrar la inteligencia artificial¹

Sandra Milena Malavera Pineda*

Juan Santiago Calle Piedrahita**

Laura Elena Zapata Jiménez***

Resumen

En el contexto global, la digitalización, apoyada en la inteligencia artificial, promueve una herramienta capaz de adaptar al individuo a las transformaciones exigidas por la sociedad en el mercado laboral. Sin embargo, estas herramientas generan dilemas éticos que requieren de reflexiones que aporten al desarrollo humano al incluir la tecnología. El objetivo es analizar la inclusión social-laboral al integrar la inteligencia artificial como herramienta para la identificación de las desigualdades laborales. La metodología es cualitativa, su método fenomenológico y hermenéutico y la técnica entrevista a profundidad. Asimismo, se analizan los contextos éticos ligados a la ejecución de la IA en el proceso laboral. Es decir, se asume que hay aspectos relacionados con acceso al empleo en forma igualitaria, toma de decisiones sustentadas en coherencia con los sistemas

¹ Capítulo de libro resultado de investigación, derivado del proyecto "Empoderamiento comunitario y desarrollo sostenible en territorios vulnerables", financiado por la Universidad Católica Luis Amigó y finalizado en mayo del año 2025.

* Magíster en Dirección de Marketing, docente de la Universidad Católica Luis Amigó, pertenece al Grupo de investigación Goras, Universidad Católica Luis Amigó, Medellín - Colombia. Correo electrónico: sandra.malaverapi@amigo.edu.co, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6568-240X>

** Doctor en Ingeniería, docente de la Universidad Católica Luis Amigó, pertenece al Grupo de investigación Goras, Universidad Católica Luis Amigó, Medellín - Colombia. Correo electrónico: juan.callepi@amigo.edu.co, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6320-5204>

*** Magíster en Administración, docente de la Universidad Católica Luis Amigó, pertenece al Grupo de investigación Goras, Universidad Católica Luis Amigó, Medellín - Colombia. Correo electrónico: laura.zapataji@amigo.edu.co, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5934-3484>



de IA para identificar responsabilidades y anticiparse a los sesgos sociales. La investigación aporta a analizar las problemáticas de las responsabilidades del uso de IA de forma ética en la inclusión laboral.

Palabras clave

Ética; Equidad; Inteligencia Artificial; Riesgo; Socio-Laboral.

Introducción

Los recientes estudios conforman un debate sobre el uso de la IA para promover inclusión social y desarrollo laboral. El cambio de paradigma de la inclusión desde la IA exhorta al ser humano a analizar sus capacidades para ejercer la labor adecuada. Según esto, la realidad de la condición de aprender a vincular al hombre en la función de la máquina promueve la generación de conocimiento (Williamson, 2020). Un conocimiento adverso a superar la máquina o al hombre, lo que genera un cambio en la naturaleza del trabajo (Jazdauskaite et al., 2021; Kim et al., 2023). Sin embargo, la IA en el contexto de toma de decisiones humanas orienta a mejorar la eficiencia, la economía y la seguridad de las organizaciones (Nwogu, 2019). No obstante, el ajuste al cambio se fundamenta en comprender la gestión de la máquina dentro de la empresa basada en desconectar la subcontratación (Craig, 2021; Ofman & Sagandykov, 2023; Pug, 2023).

Ahora bien, Aguilera Durán (2019) analiza que los derechos de los humanos en las organizaciones son afectados por la automatización desde la misma innovación, es decir, esta compromete el hacer en el quehacer desde la gobernanza de la organización (Aloisi & De Stefano, 2023). También, la IA determina la inclusión del trabajador en la operatividad de la organización, es decir, los empleados con un mayor nivel educativo son más intensivos en generar capital basado en la IA (Wang & Qiu, 2023). Sin embargo, la IA accede a un compromiso con la investigación e implementación socialmente responsable (Schiff, 2021). De acuerdo con lo anterior, el objetivo es analizar la inclusión social-laboral integrando la inteligencia artificial como herramienta para la identificación de las desigualdades laborales y así promover la integración de la sociedad con seres humanos con discapacidades, mujeres, etnias, en el contexto laboral.

Zemtsov et al. (2019) exponen que el aumento en la gestión del conocimiento en las organizaciones se basa en la digitalización de datos con análisis de IA. A partir de esto, el conocimiento se estructura al poder aprender a relacionarse con el robot (Hammershoj, 2019; Makridis & Hirsch, 2021). En consecuencia, los robots se centran en la eficiencia, pero simultáneamente estos deben lograr compenetrarse con las personas, diferentes culturas y entornos que encaminen la colaboración hacia el conocimiento. Kruszewski (2020), además, expone que los robots ejecutan tareas repetitivas con un mayor nivel de confianza y seguridad.

La IA relacionada con las actividades laborales permite analizar la información de las condiciones laborales de los seres humanos para el aprovechamiento del tiempo libre (Alaql et al., 2023). Para los administradores es importante recopilar, analizar y utilizar datos para la toma de decisiones en beneficio de desarrollar actividades laborales que son dinámicas en las organizaciones. Al analizar los datos de los empleados en

relación con la satisfacción laboral, diversidad, inclusión, salud y seguridad en el trabajo contribuye a formular políticas y estrategias que promuevan la productividad y un entorno saludable. Según esto, la gestión del talento humano promueve bienestar y dignidad a los empleados al analizarlas holísticamente.

La gestión del conocimiento apoyado con la IA permite la automatización de integrar flujos de datos valiosos para una acertada toma de decisiones (Inshakova et al., 2020; Wong et al., 2022). Esto es, al utilizar la tecnología como mecanismo de adaptación de normatividad a favor de los seres humanos en las organizaciones permite establecer estrategias innovadoras. En consecuencia, la gestión del conocimiento impulsa la competitividad de las organizaciones (Rotz et al., 2019) para impulsar seres proactivos; también, analizar la prospectiva del talento humano con nuevas condiciones requiere de un aprendizaje continuo para adaptarse, innovar y aprender de forma colaborativa (Guan et al., 2024). La automatización, concebida desde estos aspectos, es una herramienta que apoya al hombre en la organización para impulsar ventajas competitivas sostenibles basadas en la fuerza laboral ágil y capacitada al adaptarse al cambio del entorno. En este sentido, la gestión del conocimiento fundamentada en la automatización y en el uso de IA permite aumentar las probabilidades del éxito de la organización.

Marco teórico

El uso de la IA en los procesos de selección del talento humano contribuye al análisis de las características de las personas para ser vinculadas laboralmente con mayor certeza hacia las funciones a ejercer en la organización, como aprender a trabajar bajo nuevas condiciones laborales (Kuznetsova et al., 2021). Así mismo, favorece una toma de decisiones acertadas basadas en la legislación sobre la construcción de conocimiento (Zakalyuzhnaya, 2023). También, contextualiza una normatividad al incluir personas con diversas condiciones especiales. Es decir, en el entorno laboral se promueve la equidad y el respeto por la diversidad. De igual manera, permea los elementos éticos y legales para garantizar la igualdad de oportunidades y acceso al ambiente laboral que impactan la responsabilidad social empresarial. En otras palabras, fomenta un entorno adecuado para que los empleados se sientan valorados por cimentar la moral, la productividad y posicionar la marca de la empresa.

La implementación de la IA en la inclusión laboral promueve la “desaparición de muchos trabajos administrativos de remuneración media” (Esser et al., 2020, p. 354). Con respecto a lo anterior, la realidad de la IA en la generación de la transformación

inclusiva permea la forma de oferta de empleo y aporta al análisis de las competencias en la oferta laboral individual y colectiva (Vankevich & Kalinouskaya, 2021). Sin embargo, la IA genera un "mayor riesgo de desplazamiento inducido por la automatización" (Otoiu et al., 2022, p. 133), pero también, a su vez, es posible incorporar la IA de forma creativa para la generación de empleos (Lin et al., 2024). Es decir, puede hallarse el aporte al desarrollo de nuevas habilidades como es la programación y análisis de datos, crea trabajos especializados que ofrecen nuevas oportunidades laborales y automatiza los procesos de las tareas rutinarias.

Sin embargo, los estudios de Liu y Li (2022), interpretan que hay un desempleo de la fuerza laboral por el uso de la IA. Además, se diagnostica que los trabajadores están sujetos a la "digitalización destructiva" (Carbonero et al., 2023, p. 707) cuando las empresas cambian totalmente sus formas de trabajar usando tecnologías digitales. Esto, si bien implica eliminar viejos métodos y sistemas para usar modelos más nuevos y eficientes, empero significa reemplazar por completo algunas tradiciones; se rompe con las formas antiguas de hacer las cosas en búsqueda de un ambiente de innovación, donde los cambios constantes son vistos como oportunidades para mejorar y crecer.

Ahora bien, "las tecnologías disruptivas para lograr una alta automatización representan una clara tendencia hacia la desaparición del empleo asalariado" (Foladori & Ortiz-Espinoza, 2022, p. 162). Por otro lado, el tiempo ganado mediante el uso de productos autónomos puede ser invertido en actividades significativas (de Bellis et al., 2023). De acuerdo con esto, la IA no es mala, sino que se debe utilizar en forma adecuada y con ética. La extracción del hombre desde la IA es subjetiva, ya que el ser humano fue quien definió las condiciones y programación de la IA. Por lo tanto, el individuo es parte de la IA y la IA aporta al ser humano al integrar un modelo de producción ajustado a las necesidades del entorno (Granulo et al., 2021). En síntesis, "la vida como tal se ha convertido en una red de orden caótico" (Paic, 2013, p. 611). Según Nissim y Simon (2021), se deben defender los derechos humanos y los beneficios de los trabajadores en la transición de una economía basada en el trabajo asalariado a una economía basada en la automatización y autónoma.

La adaptación de la IA en las organizaciones se basa en asignar roles a las personas en el uso de la tecnología. El mercado laboral está en "shock de reasignación como consecuencia de emprender reformas" (Dolado et al., 2021, p. 22). Desde esta perspectiva, las organizaciones están sujetas a adaptarse a los cambios, el involucrar la IA en la producción la optimiza, sin embargo, también se requiere generar nuevo conocimiento de la IA que ayude al ser humano. Se entiende que el miedo al cambio puede generar rechazo en el uso de la tecnología, pero si se conoce el funcionamiento de la IA, esta puede ayudar con la mejora de las condiciones laborales, es decir, esta podría permitir

tener más tiempo con la familia para la recreación y el ocio. Esto se basa en que se ha acostumbrado a trabajar en forma tradicional y presencial con otras personas (van Buggenhout, 2024).

De esta manera, las plataformas tecnológicas permiten la configuración de la "economía colaborativa" (Fayard, 2021), la cual implica compartir bienes o servicios a cambio de una compensación previamente acordada. Desde otro punto de vista, se deben salvaguardar los derechos de los trabajadores al involucrar la IA en las operaciones de las organizaciones (Nissim & Simon, 2021). Además, se detecta que hay una desigualdad salarial y aumento de desempleo en el uso de la IA (Upreti & Sridhar, 2022). Igualmente, el uso de la tecnología aporta a la acumulación de conocimiento (Kleinknecht, 2020). Así las cosas, "los robots trabajan en colaboración con los humanos" (Marinoudi et al., 2019, p. 112). No obstante, se debe involucrar el desafío de la salud y seguridad en el trabajo al utilizar la IA como proceso de gestión (Miró, 2020).

Las organizaciones se basan en seres humanos que aportan a la IA desde su misma configuración de desarrollo tecnológico. Sin embargo, el abuso de la IA genera inquietudes sobre la extinción del humano por reemplazar el desarrollo del pensamiento sistémico. A partir de esto, se deben enfocar en la estandarización y optimización de los procesos a partir de la creación de redes y empleos digitales (Kokina & Blanchette, 2019). Ahora bien, el control del uso de la IA se basa en las responsabilidades de los empleadores y empleados (Chucha, 2022). De igual manera, la sustitución total del hombre por la IA no es viable desde los enfoques prácticos (Tobar & González, 2022).

La generación de empleo basado en el uso de la IA se apoya en la construcción de sistemas que mejoran el desarrollo de la prestación de servicios (Almaiah et al., 2022). Además, la creatividad del hombre para la solución de problemas organizacionales se constituye en la conformación del individuo, el equipo y las condiciones laborales (Grilli & Pedota, 2024). También, "el mercado laboral se caracteriza por un desequilibrio entre la oferta y la demanda de mano de obra, debido a cambios estructurales en la economía" (Yashchuk et al., 2021, p. 156). Finalmente, la IA utilizada en las organizaciones para establecer condiciones de inclusión laboral se define desde la adaptación ética y filosofía de la empresa.

Metodología

La investigación se llevó a cabo a través del paradigma interpretativo, con un enfoque cualitativo apoyado en los métodos fenomenológico y hermenéutico, el cual se centra en profundizar las causas y significados de los fenómenos sociales, proporcionando una comprensión más completa y detallada (Walther et al., 2017), haciendo uso de dos técnicas de recolección de información, tanto primaria como secundaria. Para la información primaria se realizó una entrevista a profundidad a cinco expertos: dos de México, dos de Colombia y uno de Chile, con los cuales se tienen relaciones académicas por participación en eventos científicos relacionados con los temas de IA, innovación, tecnología y gestión del talento humano. Las entrevistas se realizaron en el mes de febrero de 2024. Estas fueron grabadas y luego transcritas en Word. Se presentó consentimiento informado a los participantes. Los parámetros de codificación fueron: G1, G2, G3, G4 y G5. Los datos se codificaron según tres categorizaciones: 1. Empleo inclusivo, 2. Ética tecnológica, 3. Sistema socio-laboral. Las cinco preguntas guías presentaron una estructura abierta que facilitó la expresión del sentir del entrevistado frente a la temática y la realidad del contexto. Se procesaron los datos a través de una matriz de múltiple entrada, la cual facilitó identificar los elementos de identidad y contradicción en las respuestas dadas; además, esta matriz permitió operacionalizar, organizar y sistematizar la información. En la presente investigación el eje vertical contiene las preguntas y el eje horizontal las respuestas.

La información secundaria se recolectó a través de la revisión de la literatura bibliométrica sobre la IA en relación con la transformación inclusiva social-laboral. Se seleccionaron los períodos que abarcan desde 2015 a 2023 basados en *Web of Science*, en esta plataforma se procedió con el siguiente algoritmo: Refine results for Innovation (Abstract) AND "human talent" (Abstract) and Human Talent (Exclude-Search within topic) and Innovation (Should-Search within topic) and Article (Document Types) and Management or Business (Web of Science Categories) and 6.3 Management (Citation Topics Meso) and 6.3.2 Knowledge Management (Citation Topics Micro) and 2024 or 2023 or 2022 or 2021 or 2020 or 2019 or 2018 or 2017 or 2016 or 2015 (Publication Years). Se obtuvieron 13.334 artículos inicialmente. Se descargaron los primeros 1.000 artículos en formato texto plano (.CSV) con su respectiva bibliografía. Posteriormente se llevó a cabo el análisis con el programa VOSviewer. Se seleccionó un mapa basado en datos bibliométricos, luego se copió la base de datos de *Web of Science* (WOS). Finalmente, se escogió el análisis de correferencias bibliográficas con 25 ítems, lo cual arrojó las diferentes gráficas que ilustran las conexiones de las palabras claves sobre inteligencia artificial, automatización e innovación.

Resultados

Se detecta que la IA aporta al desarrollo social y laboral en las organizaciones al permitir formular políticas claras de su uso en cuanto al quehacer y la forma de llevarlo a cabo, facilitando así la normalización y reglamentación. Además, premia la gestión de los activos intangibles que impulsan la división del trabajo humano (Lobova et al., 2020), para hacerlo más productivo y pertinente a la evolución social y tecnológica de los diferentes entornos. Así mismo, se detecta que las palabras claves asociadas a la IA en las condiciones de inclusión laboral se estructuran en cuatro áreas: 1. Automatización, 2. Inteligencia artificial, 3. Innovación y 4. Futuro. De igual manera, se observa una clara relación en cuanto a futuro, mercado laboral, Big data y habilidades, parámetros valorados en los procesos de selección de talento humano, no solo para cargos de nivel directivo, sino también para mandos medios y operacionales, estos últimos por la misma innovación y evolución en la tecnología aplicada a los equipos, maquinaria y herramientas de trabajo en el ámbito urbano y rural.

Ahora bien, la primera estructura, que es la automatización, se apoya en la gestión de la robótica, la cual se evidencia en el diseño de la maquinaria, equipo de trabajo, herramientas y utensilios, lo que implica la adaptación al cambio tecnológico, búsqueda de otro tipo de empleo donde la tecnología no haya transformado significativamente ese quehacer. De igual manera, se debe trabajar la inequidad laboral generada por el desconocimiento y apropiación de esas nuevas tecnologías, a consecuencia de su formación y experticia laboral. Las empresas se deben preparar para reubicar al personal que no cuente con estas competencias y no aumentar el desempleo. Es decir, se podría plantear en estas empresas, programas de maestros de maestros (los expertos replicarán el conocimiento para aquellas personas que no lo tienen a través de talleres, simulaciones o ejercicios prácticos) donde el eje principal de formación o capacitación sea tecnológico. Además, se basa en la politización como directriz de trabajo donde se presta a la descalificación o calificación del personal en criterios sugestivos de lo que es el saber en cuanto tecnología, innovación e inteligencia artificial. Es decir, la gestión de la IA aporta a la implementación de políticas de innovación (Rammer et al., 2022).

La IA ofrece herramientas para analizar datos en forma ágil que conllevan a la toma de decisiones con información real y relevante. Además, esta permite optimizar las capacidades de la organización en beneficio social, laboral y económico. Sin embargo, debe haber marcos regulatorios que controlen el uso de la IA en forma ética. A su vez, la gestión de la IA debe apoyarse en los empresarios, la academia y el gobierno para impulsar políticas públicas que promuevan la innovación como un elemento estratégico que logre un bienestar social.

A partir del análisis de la categoría 1 (empleo inclusivo), se exponen esquemas motivacionales para la creación de empleos dignos, pero con capacitación en el uso adecuado de la IA. El gerente G1 expresó así que la "información que realiza la IA depende únicamente del contexto que analiza", en la misma línea, el gerente G2 manifestó que esta "ayuda a evaluar a los candidatos de manera equitativa", a su vez, el gerente G3 expresó que "la IA puede ayudar a superar barreras tradicionales de empleo al enfocarse en las capacidades ... habilidades de las personas, más allá de su historial laboral o educativo". Según lo anterior, el hombre se beneficia de la tecnología al conocer el contexto en el que se desarrolla la misma (Wong et al., 2022). Es decir, el empleo inclusivo parte de la misma condición del ser humano en la contextualización de lograr la equidad individual y colectiva. Según Inshakova et al. (2020), el conocimiento es compartido con las personas, pero se puede analizar usando la IA, en consecuencia, la eficiencia se basa en administrar la información.

Según Almaiah et al. (2022) el ser humano se apoya en la prestación de un servicio hacia la comunidad y a los clientes. El gerente G5, según lo anterior, manifestó que "al utilizar algoritmos que eliminan parcialidades, asegura datos representativos y entrena modelos con diversidad de casos". Es decir, el dato consta de la condición de la asignación algorítmica para acercarse al ser humano en su quehacer diario. Además, el gerente G2 manifestó que "incluyen la capacidad de identificar habilidades y capacidades de manera más precisa". En síntesis, el hombre desarrolla la inclusión al identificar los factores del individuo que puede aportar a la organización (Grilli & Pedota, 2024).

Entre los aportes de la inteligencia artificial al desarrollo social-laboral se destacan: Tecnología, productividad, industria 4.0 y cambio de la administración laboral. El gerente G2 enunció al respecto que "los desafíos más urgentes que enfrentamos al tratar de promover una mayor inclusión socio-laboral mediante el uso de inteligencia artificial incluyen la falta de transparencia en los algoritmos", esto es señalado por Sohn et al. (2021), en su planteamiento la innovación está sujeta a comprender los sentimientos de las personas, los cuales no son positivos puesto que consideran que estos avances ponen en riesgo su estabilidad laboral o incrementan la dificultad para vincularse. Así mismo, Ullal et al. (2020) defienden que los humanos están por encima de la máquina, pero las exigencias empresariales no lo evidencian. Por ende, se debe lograr la transparencia de los procesos para asimilar mejor la condición humana apoyada en la IA.

Desde el tercer enfoque (innovación) se detecta que la IA es una condición inocua para el desarrollo social. A su vez, se compromete al ser humano en la forma de digitación de datos para configurar las relaciones laborales. También, se destaca impacto del crecimiento personal en la constancia de la productividad. Es decir, las afectaciones de la IA en la innovación comprometen los sentimientos de las personas

para aprender a utilizar productos generativos (Sohn et al., 2021). En otras palabras, el crecimiento personal se ve afectado cuando no se pueden desarrollar estas competencias y por tanto no se llega a una vinculación laboral adecuada o a la posibilidad de ascender en la empresa donde se labora.

Ahora bien, desde el enfoque de la IA en la inclusión social-laboral, se identifica que a futuro se promueve desde el estudio de las habilidades blandas y duras, así como de la utilización del Big data en el contexto del mercado laboral. Según Zhu et al. (2024), la adaptación de la IA en las organizaciones genera un aumento de la productividad laboral al comprender las condiciones de inclusión. Sin embargo, un estudio realizado en la India, detectó que ellos prefieren la interface humana por sobre la IA (Ullal et al., 2020).

En consonancia con lo anterior, el gerente G3 expresó que se deben “analizar grandes cantidades de datos de manera imparcial, evaluando a los candidatos únicamente por sus habilidades y méritos” lo que aporta a la optimización del talento humano al emplear *hombres digitales* (Kokina & Blanchette, 2019). Es decir, durante el proceso de selección de talento, es importante realizar un análisis imparcial de extensos volúmenes de información, con el fin de que la evaluación de los postulantes se base estrictamente en sus capacidades y logros. Este enfoque no solo asegura equidad y justicia para cada candidato, sino que también fomenta un sistema de meritocracia en la empresa. Confiando únicamente en información objetiva y pertinente, las compañías están en posición de efectuar elecciones de contratación más acertadas que concuerden con sus principios y exigencias empresariales.

Dicho esto, al analizar la categoría 2 (ética tecnológica), se ve que esta se enfoca en la comprensión del desarrollo y uso responsable de la tecnología, considerando el impacto social, ambiental y moral de las innovaciones. De acuerdo con esto, debe haber beneficios en la sociedad al actuar con responsabilidad, integridad, seguridad con los datos y respeto a la privacidad de los usuarios al utilizar la información analizada por la tecnología. El gerente G1 expresó que “se requiere una regulación del uso de IA”, es decir, se deben establecer normas claras para no sustituir al ser humano por una máquina. En la misma dirección, el gerente G2 manifestó que “el uso de la IA para garantizar que las decisiones sean inclusivas y equitativas” debe efectuarse siempre y cuando haya responsabilidad (Chucha, 2022). También, el gerente G2 expuso que “en la toma de decisiones autónomas, se necesitan medidas éticas y políticas concretas ... educación y capacitación sobre ética digital”, esto es, se deben apoyar en políticas de innovación (Rammer et al., 2022); además, quien aplique la norma adecuadamente, tiene un parámetro igualitario y de continuidad. De acuerdo con esto, el gerente G2

expuso que “es crucial implementar políticas y prácticas que garanticen la transparencia y replicabilidad de los algoritmos de IA”, lo cual aporta a defender los derechos humanos y de las personas en las organizaciones (Nissim & Simon, 2021).

Desde otro punto de vista, el gerente G3 expresó que en la “toma de decisiones autónomas ... se deben implementar medidas éticas ... y políticas que incluyan el derecho a la explicación clara de las decisiones”. La automatización, de la mano de lo anterior, permite la toma de decisiones al analizar los datos apoyada en la IA, empero, deben considerarse elementos éticos, confiables y políticas de transparencia de la gestión para informar a la comunidad y a las organizaciones con funciones algorítmicas.

La categoría 3 (socio-laboral) analiza la relación de los aspectos sociales y las condiciones laborales. Aquí se identifican las dinámicas sociales, culturales y la gestión de poder en la organización que influyen en la optimización de las condiciones laborales (Dolado et al., 2021). El gerente G1 manifestó al respecto que “la IA no tiene sentimientos ni sentido común”. A su vez, el gerente G2 expresó “la IA permite identificar elementos del ser humano que pueden reducir la discriminación en la selección de personal”. Además, nuevamente, el gerente G1 expuso que “es más ágil el proceso de selección”. En otras palabras, siguiendo a Paic (2013), se sustenta que los diversos profesionales en las organizaciones aportan a un análisis holístico de las condiciones de trabajo para reducir el caos humano. Frente a esto, el gerente G5 reveló que “mediante el uso de la tecnología pueden reducir desafíos al obtener datos diversos y alimentar constantemente la base de datos de forma ética”, es decir, lograr saberes significativos (de Bellis et al., 2023).

También, el gerente G2 reveló: “LinkedIn Learning. Estas plataformas utilizan algoritmos inteligentes para recomendar contenido y oportunidades de desarrollo personalizadas”. Las bases de datos aportan a las competencias en la oferta laboral individual (Vankevich & Kalinouskaya, 2021) para que apalanquen las necesidades de las organizaciones. En un futuro, se debe construir conocimiento orientado a obtener objetivos claros sobre el saber de los empleados. A este respecto, el gerente G4 manifestó la necesidad de “evaluar a los candidatos de manera objetiva y equitativa a través de juegos cognitivos y evaluaciones conductuales”. Por esto, la evaluación de candidatos de manera objetiva y equitativa es fundamental para garantizar procesos de selección justos y basados en méritos.

La deficiencia de la actividad de la IA en el aprendizaje para el enfrentamiento de la vida laboral se destaca en el miedo a lo nuevo (Zheng & Dai, 2022). En síntesis, la condición de incorporar la IA en la inclusión social laboral se define en dos áreas; la primera se centra en lo laboral desde la forma de generar crecimiento humano y

social al conocer las habilidades blandas del empleado; pero debe asimilar la ayuda de la robótica para agilizar la operación de la organización; así mismo, enfrentar el miedo a fallar en la generación del conocimiento. La segunda área se establece a partir de la unión entre la tecnología y la IA, pero comprendiendo el contexto de la innovación y el impacto positivo o negativo a corto plazo; además, integrar el hacer laboral con la automatización: "Los conocimientos, las habilidades y las capacidades están evolucionando dinámicamente a través de un proceso incontrolable y aparentemente impredecible desde el uso de la IA" (Tavakoli et al., 2022, p. 1).

Conclusión

Finalmente, las tres categorías confirman que: hay elementos comunes entre expertos que aportan a la eliminación de sesgos que permiten el uso de algoritmos en la inclusión laboral. Para lograr lo anterior se requiere de plataformas con IA para los procesos de convocatoria, selección y descripción de trabajos. También, la IA debe generar regulaciones que aporten transparencia basadas en medidas éticas y políticas concretas. Al mismo tiempo, deben formularse políticas apoyadas en la gobernanza. Por ende, el uso de la IA no es factible sin ejercerse con ética. Además, la transparencia en los algoritmos permite ejercer control de la máquina a favor del hombre. Igualmente, la falta de datos relevantes bloquea la agilidad y rapidez de cubrir la objetividad de contratar al personal.

Ahora bien, la identificación de habilidades no tradicionales apalanca el desarrollo de mejores algoritmos que logren transparencia. Asimismo, los elementos representativos por participante apoyan la tecnología adaptable que promueve rapidez, transparencia, agilidad en los procesos de selección con soporte ético que contribuyan a la seguridad en el contexto de eliminar sesgos fundados en algoritmos más adecuados y ajustado a las realidades actuales. De esta forma, al eliminar sesgos que frenan la igualdad permite el mejoramiento de la ética que suscita la transparencia con mayor oportunidad de adaptar los cambios.

Referencias

- Aguilera Durán, J. (2019). Derecho al trabajo, automatización laboral y derechos de afectación por el uso de tecnología. *Revista Latinoamericana de Derecho Social*, 1(29), 3-23. <https://doi.org/10.22201/ijj.24487899e.2019.29.13898>
- Alaql, A. A., AlQurashi, F., & Mehmood, R. (2023). Data-Driven Deep Journalism to Discover Age Dynamics in Multi-Generational Labour Markets from LinkedIn Media [Periodismo profundo basado en datos para descubrir la dinámica de la edad en los mercados laborales multigeneracionales de LinkedIn]. *Journalism And Media*, 4(1), 120-145. <https://doi.org/10.3390/journalmedia4010010>
- Almaiah, M. A., Alfaisal, R., Salloum, S. A., Hajjej, F., Shishakly, R., Lutfi, A., Alrawad, M., Al Mulhem, A., Alkhdour, T., & Al-Maroofo, R. S. (2022). Measuring Institutions' Adoption of Artificial Intelligence Applications in Online Learning Environments: Integrating the Innovation Diffusion Theory with Technology Adoption Rate [Medir la adopción institucional de aplicaciones de la inteligencia artificial en entornos de aprendizaje online: Integrar la teoría de difusión de la innovación con la tasa de adopción de la tecnología]. *Electronics*, 11(20), 1-19. <https://doi.org/10.3390/electronics11203291>
- Aloisi, A., & De Stefano, V. (2023). Between risk mitigation and labour rights enforcement: Assessing the transatlantic race to govern AI-driven decision-making through a comparative lens [Entre la mitigación de riesgos y la aplicación de los derechos laborales: evaluación de la carrera transatlántica para gobernar la toma de decisiones impulsada por IA a través de una lente comparativa]. *European Labour Law Journal*, 14(2), 283-307. <https://doi.org/10.1177/20319525231167982>
- Carbonero, F., Davies, J., Ernst, E., Fossen, F. M., Samaan, D., & Sorgner, A. (2023). The impact of artificial intelligence on labor markets in developing countries: a new method with an illustration for Lao PDR and urban Viet Nam [El impacto de la inteligencia artificial en los mercados laborales de los países en desarrollo: un nuevo método con una ilustración para la RDP Lao y la Viet Nam urbana]. *Journal of Evolutionary Economics*, 33(3), 707-736. <https://doi.org/10.1007/s00191-023-00809-7>
- Chucha, S. Y. (2022). Law Enforcement in Context of Transformation of the Labor Sphere and Modernization of the Theory of Labor Relations [Aplicación de la Ley en el contexto de la transformación de la esfera de trabajo y la modernización de la teoría de las relaciones laborales]. *Pravoprimerenienie-Law Enforcement Review*, 6(4), 301-313. [https://doi.org/10.52468/2542-1514.2022.6\(4\).301-313](https://doi.org/10.52468/2542-1514.2022.6(4).301-313)

- Craig, J. (2021). Computer Vision for Visual Arts Collections: Looking at Algorithmic Bias, Transparency, and Labor [Visión computacional para colecciones de artes visuales: análisis del sesgo algorítmico, la transparencia y el trabajo]. *Art Documentation*, 40(2), 198-208. <https://doi.org/10.1086/716730>
- De Bellis, E., Johar, G. V., & Poletti, N. (2023). Meaning of Manual Labor Impedes Consumer Adoption of Autonomous Products [El significado del trabajo manual impide la adopción de productos autónomos en el consumidor]. *Journal of Marketing*, 87(6), 949-965. <https://doi.org/10.1177/00222429231171841>
- Dolado, J. J., Felgueroso, F., & Jimeno, J. F. (2021). Past, present and future of the Spanish labour market: when the pandemic meets the megatrends [Pasado, presente y futuro del Mercado laboral español: cuando la pandemia se encuentra con las megatendencias]. *Applied Economic Analysis*, 29(85), 21-41. <https://doi.org/10.1108/AEA-11-2020-0154>
- Esser, A., Sys, C., Vanelslender, T., & Verhetsel, A. (2020). The labour market for the port of the future. A case study for the port of Antwerp [El mercado laboral del puerto del futuro. Un caso de estudio para el puerto de Antwerp]. *Case Studies on Transport Policy*, 8(2), 349-360. <https://doi.org/10.1016/j.cstp.2019.10.007>
- Fayard, A. L. (2021). Notes on the Meaning of Work: Labor, Work, and Action in the 21st Century [Notas sobre el significado del trabajo: labor, trabajo y acción en el siglo XXI]. *Journal of Management Inquiry*, 30(2), 207-220. <https://doi.org/10.1177/1056492619841705>
- Foladori, G., & Ortiz-Espinoza, A. (2022). The capital-labor relationship in Industry 4.0 [La relación capital-trabajo en la industria 4.0]. *Iconos*, 26(73), 161-177. <https://doi.org/10.17141/iconos.73.2022.5198>
- Granulo, A., Fuchs, C., & Puntoni, S. (2021). Preference for human (vs. robotic) labor is stronger in symbolic consumption contexts [La preferencia del trabajo humano (contra el robótico) es más fuerte en contextos de consumo simbólico]. *Journal of Consumer Psychology*, 31(1), 72-80. <https://doi.org/10.1002/jcpy.1181>
- Grilli, L., & Pedota, M. (2024). Creativity and artificial intelligence: A multilevel perspective [Creatividad e inteligencia artificial: una perspectiva multinivel]. *Creativity And Innovation Management*, 33(2), 234-247. <https://doi.org/10.1111/caim.12580>
- Guan, J. H., Yu, Z. G., Liao, Y. G., Tang, R. B., Duan, M., & Han, G. S. (2024). Predicting Critical Path of Labor Dispute Resolution in Legal Domain by Machine Learning Models Based on Shapley Additive exPlanations and Soft Voting Strategy [Predicción

de la ruta crítica de resolución de disputas laborales en el ámbito legal mediante modelos de aprendizaje automático basados en explicaciones aditivas de Shapley y estrategia de votación suave]. *Mathematics*, 12(2), 1-17. <https://doi.org/10.3390/math12020272>

Hammershoj, L. G. (2019). The new division of labor between human and machine and its educational implications [La nueva división del trabajo entre humano y máquina y sus implicaciones educativas]. *Technology in Society*, 59, 1-6. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2019.05.006>

Inshakova, A. O., Frolova, E. E., Rusakova, E. P., & Kovalev, S. I. (2020). The model of distribution of human and machine labor at intellectual production in industry 4.0 [El modelo de distribución del trabajo humano y de la máquina en la producción intelectual en la industria 4.0]. *Journal of Intellectual Capital*, 21(4), 601-622. <https://doi.org/10.1108/JIC-11-2019-0257>

Jazdauskaite, J., Prívarova, M., Baranskaite, E., Juscius, V., & Kelemen-Henyel, N. (2021). Evaluation of the Impact of Science and Technology on the Labour Market [Evaluación del impacto de la ciencia y la tecnología en el mercado laboral]. *Marketing and Management of Innovations*, 4, 153-167. <https://doi.org/10.21272/mmi.2021.4-12>

Kim, D., Yeon, J., Kim, J. H., Kim, M., Song, Y., & Lee, D. (2023). Different effects of working hour reduction on labor-intensive and knowledge-intensive industries in the era of artificial intelligence: a meta-frontier approach [Diferentes efectos de la reducción de la jornada laboral en industrias intensivas en mano de obra y conocimiento en la era de la inteligencia artificial: un enfoque de metafrontera]. *Applied Economics*, 55(21), 2493-2504. <https://doi.org/10.1080/00036846.2022.2103082>

Kleinknecht, A. (2020). The (negative) impact of supply-side labour market reforms on productivity: an overview of the evidence [El impacto (negativo) de las reformas del mercado laboral del lado de la oferta sobre la productividad: una visión general de la evidencia]. *Cambridge Journal of Economics*, 44(2), 445-464. <https://doi.org/10.1093/cje/bez068>

Kokina, J., & Blanchette, S. (2019). Early evidence of digital labor in accounting: Innovation with Robotic Process Automation [Primeras evidencias del trabajo digital en contabilidad: Innovación con automatización robótica de procesos]. *International Journal of Accounting Information Systems*, 35, 1-13. <https://doi.org/10.1016/j.accinf.2019.100431>

- Kruszewski, T. (2020). Do anthropomorphic service robots affect people's sense of security? On the sidelines of the reflection on the future of the labour market in LIS [¿Afectan los robots de servicio antropomórficos a la sensación de seguridad de las personas? Al margen de la reflexión sobre el futuro del mercado laboral en LIS]. *Aib Studi*, 60(1), 91-109. <https://doi.org/10.2426/aibstudi-12047>
- Kuznetsova, A., Selezneva, A., Askarov, A., Askarova, A., & Gusmanov, R. (2021). Trends of Labor Market Change in the Countries of the European Union and Russia under Conditions of Digitalization of the Economy [Tendencias del cambio del mercado laboral en los países de la Unión Europea y Rusia en condiciones de digitalización de la economía]. *Montenegrin Journal of Economics*, 17(1), 175-183. <https://doi.org/10.14254/1800-5845/2021.17-1.13>
- Lin, W. Q., Adey, P., & Harris, T. (2024). Dispositions towards automation: Capital, technology, and labour relations in aeromobilities [Disposiciones hacia la automatización: capital, tecnología y relaciones laborales en aeromovilidad]. *Dialogues in Human Geography*, 14(1), 51-70. <https://doi.org/10.1177/20438206221121652>
- Liu, X. T., & Li, L. H. (2022). Prediction of Labor Unemployment Based on Time Series Model and Neural Network Model [Predicción del desempleo laboral basada en modelos de series de tiempo y redes neuronales]. *Computational Intelligence and Neuroscience*, 2022, 1-8. <https://doi.org/10.1155/2022/7019078>
- Lobova, S. V, Alekseev, A. N., Litvinova, T. N., & Sadovnikova, N. A. (2020). Labor division and advantages and limits of participation in creation of intangible assets in industry 4.0: humans versus machines [División del trabajo y ventajas y límites de la participación en la creación de activos intangibles en la industria 4.0: humanos versus máquinas]. *Journal of Intellectual Capital*, 21(4), 623-638. <https://doi.org/10.1108/JIC-11-2019-0277>
- Makridis, C. A., & Hirsch, B. T. (2021). The Labor Market Earnings of Veterans: Is Military Experience More or Less Valuable than Civilian Experience? [Los ingresos de los veteranos en el mercado laboral: ¿la experiencia militar es más o menos valiosa que la experiencia civil?] *Journal of Labor Research*, 42(3-4), 303-333. <https://doi.org/10.1007/s12122-021-09321-y>
- Marinoudi, V., Sorensen, C. G., Pearson, S., & Bochtis, D. (2019). Robotics and labour in agriculture. A context consideration [Robótica y trabajo en agricultura. Una consideración contextual]. *Biosystems Engineering*, 184, 111-121. <https://doi.org/10.1016/j.biosystemseng.2019.06.013>

- Miró, M. T. (2020). El impacto de la robótica en el mundo laboral nuevos retos para la seguridad y salud en el trabajo. *Revista General del Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social*, 55, 2-18.
- Nissim, G., & Simon, T. (2021). The future of labor unions in the age of automation and at the dawn of AI [El futuro de los sindicatos en la era de la automatización y en los albores de la IA]. *Technology in Society*, 67, 1-9. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2021.101732>
- Nwogu, N. V. (2019). Mining At the Crossroads of Law and Development: A Comparative Review of Labor-Related Local Content Provisions in Africa's Mining Laws Through the Prism of Automation [La minería en la encrucijada del derecho y el desarrollo: una revisión comparativa de las disposiciones de contenido local relacionadas con el trabajo en las leyes mineras de África a través del prisma de la automatización]. *Washington International Law Journal*, 28(1), 137-156. <https://digitalcommons.law.uw.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1796&context=wilj>
- Ofman, E., & Sagandykov, M. (2023). Digital Technologies and Labour Relations: Legal Regulation in Russia and China [Tecnologías digitales y relaciones laborales: Regulación legal en Rusia y China]. *Brics Law Journal*, 10(1), 126-146. <https://doi.org/10.21684/2412-2343-2023-10-1-126-146>
- Otoiu, A., Titan, E., Paraschiv, D. M., Dinu, V., & Manea, D. I. (2022). Analysing Labour-Based Estimates of Automation and Their Implications. A Comparative Approach from an Economic Competitiveness Perspective [Análisis de las estimaciones de automatización basadas en la mano de obra y sus implicaciones. Un enfoque comparativo desde la perspectiva de la competitividad económica]. *Journal of Competitiveness*, 14(3), 133-152. <https://doi.org/10.7441/joc.2022.03.08>
- Paic, Z. (2013). Deconstellation of Practice the End of Labour and Posthuman Condition [Deconstelación de la práctica y el fin del trabajo y la condición posthumana]. *Filozofska Istrazivanja*, 33(4), 611-629. <https://hrcak.srce.hr/clanak/175274>
- Pug, A. J. (2023). Constructing What Counts as Human at Work: Enigma, Emotion, and Error in Connective Labor [La construcción de lo humano en el trabajo: enigma, emoción y error en el trabajo conectivo]. *American Behavioral Scientist*, 67(14), 1771-1792. <https://doi.org/10.1177/00027642221127240>

- Rammer, C., Fernández, G. P., & Czarnitzki, D. (2022). Artificial intelligence and industrial innovation: Evidence from German firm-level data [Inteligencia artificial e innovación industrial: Evidencia de datos a nivel de empresas alemanas]. *Research Policy*, 51(7), 1-13. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2022.104555>
- Rotz, S., Gravely, E., Mosby, I., Duncan, E., Finnis, E., Horgan, M., LeBlanc, J., Martin, R., Neufeld, H. T., Nixon, A., Pant, L., Shalla, V., & Fraser, E. (2019). Automated pastures and the digital divide: How agricultural technologies are shaping labour and rural communities [Pastizales automatizados y brecha digital: cómo las tecnologías agrícolas están moldeando el trabajo y las comunidades Rurales]. *Journal of Rural Studies*, 68, 112-122. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2019.01.023>
- Schiff, D. (2021). Out of the laboratory and into the classroom: the future of artificial intelligence in education [Del laboratorio al aula: el futuro de la inteligencia artificial en la educación]. *AI & Society*, 36(1), 331-348. <https://doi.org/10.1007/s00146-020-01033-8>
- Sohn, K., Sung, C. E., Koo, G., & Kwon, O. (2021). Artificial intelligence in the fashion industry: consumer responses to generative adversarial network (GAN) technology [Inteligencia artificial en la industria de la moda: respuestas de los consumidores a la tecnología de redes generativas antagónicas (GAN)]. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 49(1), 61-80. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-03-2020-0091>
- Tavakoli, M., Faraji, A., Vrolijk, J., Molavi, M., Mol, S. T., & Kismihok, G. (2022). An AI-based open recommender system for personalized labor market driven education [Un sistema de recomendación abierto basado en IA para una educación personalizada e impulsada por el mercado laboral]. *Advanced Engineering Informatics*, 52, 1-12. <https://doi.org/10.1016/j.aei.2021.101508>
- Tobar, F., & González, R. (2022). On machine learning and the replacement of human labour: anti-Cartesianism versus Babbage's path [Sobre el aprendizaje automático y la sustitución del trabajo humano: anticartesianoismo versus el camino de Babbage]. *AI & Society*, 37(4), 1459-1471. <https://doi.org/10.1007/s00146-021-01264-3>
- Ullal, M. S., Hawaldar, I. T., Mendon, S., & Joseph, N. (2020). The Effect of Artificial Intelligence on The Sales Graph in Indian Market [El efecto de la inteligencia artificial en el gráfico de ventas en el mercado indio]. *Entrepreneurship And Sustainability Issues*, 7(4), 2940-2954. [https://doi.org/10.9770/jesi.2020.7.4\(24\)](https://doi.org/10.9770/jesi.2020.7.4(24))

- Upreti, A., & Sridhar, V. (2022). The Dynamics of Task Automation and Worker Adjustment in Labor Markets: an Agent-Based Approach [La dinámica de la automatización de tareas y el ajuste de los trabajadores en los mercados laborales: un enfoque basado en agentes]. *Advances in Complex Systems*, 25(1), 1-15. <https://doi.org/10.1142/S0219525922500059>
- Van Buggenhout, G. B. (2024). Has the rise of post-pandemic digital labour fostered the crisis of global trade unionism? A brief analysis of the current trade union scenario [¿El auge del trabajo digital pospandémico ha impulsado la crisis del sindicalismo global? Un breve análisis del panorama sindical actual]. *Red-Revista Electronica de Direito*, 33(1), 46-77. https://doi.org/10.24840/2182-9845_2024-0001_0003
- Vankevich, A., & Kalinouskaya, I. (2021). Better understanding of the labour market using Big Data [Mejor comprensión del mercado laboral mediante Big Data]. *Ekonomia I Prawo-Economics and Law*, 20(3), 677-692. <https://doi.org/10.12775/EiP.2021.040>
- Walther, J., Sochacka, N. W., Benson, L. C., Bumbaco, A. E., Kellam, N., Pawley, A. L., & Phillips, C. M. L. (2017). Qualitative Research Quality: A Collaborative Inquiry Across Multiple Methodological Perspectives [Calidad de la investigación cualitativa: una investigación colaborativa desde múltiples perspectivas metodológicas]. *Journal of Engineering Education*, 106(3), 398-430. <https://doi.org/10.1002/jee.20170>
- Wang, H. A., & Qiu, F. J. (2023). AI adoption and labor cost stickiness: based on natural language and machine learning [Adopción de la IA y rigidez de los costos laborales: basado en el lenguaje natural y aprendizaje automático]. *Information Technology & Management*, 26, 163-184. <https://doi.org/10.1007/s10799-023-00408-9>
- Williamson, B. (2020). New digital laboratories of experimental knowledge production: Artificial intelligence and education research [Nuevos laboratorios digitales de producción de conocimiento experimental: Inteligencia artificial e investigación educativa]. *London Review of Education*, 18(2), 209-220. <https://doi.org/10.14324/LRE.18.2.05>
- Wong, M. S., Wells, M., Zamanzadeh, D., Akre, S., Pevnick, J. M., Bui, A. A. T., & Gregory, K. D. (2022). Applying Automated Machine Learning to Predict Mode of Delivery Using Ongoing Intrapartum Data in Laboring Patients [Aplicación del aprendizaje automático para predecir el modo de parto mediante datos intraparto en pacientes en trabajo de parto]. *American Journal of Perinatology*, 41(S 01), e412-e419. <https://doi.org/10.1055/a-1885-1697>

- Yashchyk, O., Shevchenko, V., Kiptenko, V., Razumova, O., Khilchevska, I., & Yermolaieva, M. (2021). The Impact of the Informatization of Society on the Labor Market [El impacto de la informatización de la sociedad en el mercado laboral]. *Postmodern Openings*, 12(3), 155-167. <https://doi.org/10.18662/po/12.3Sup1/357>
- Zakalyuzhnaya, N. V. (2023). A New Concept of Employment and the Development of Labor Relations in the Digital Age [Un nuevo concepto de empleo y el desarrollo de las relaciones laborales en la era digital]. *Pravo-Zhurnal Vysshei Shkoly Ekonomiki*, 2, 139-164. <https://doi.org/10.17323/2072-8166.2023.2.139.164>
- Zemtsov, S., Barinova, V., & Semenova, R. (2019). The Risks of Digitalization and the Adaptation of Regional Labor Markets in Russia [Los riesgos de la digitalización y la adaptación de los mercados laborales regionales en Rusia]. *Foresight and Sti Governance*, 13(2), 84-96. <https://doi.org/10.17323/2500-2597.2019.2.84.96>
- Zheng, H. W., & Dai, D. D. (2022). Construction and Optimization of Artificial Intelligence-Assisted Interactive College Music Performance Teaching System [Construcción y optimización de un sistema interactivo de enseñanza de interpretación musical universitaria asistido por inteligencia artificial]. *Scientific Programming*, 2022(1), 1-9. <https://doi.org/10.1155/2022/3199860>
- Zhu, M. H., Liang, C., Yeung, A. C. L., & Zhou, H. G. (2024). The impact of intelligent manufacturing on labor productivity: An empirical analysis of Chinese listed manufacturing companies [El impacto de la fabricación inteligente en la productividad laboral: un análisis empírico de las empresas manufactureras chinas que cotizan en bolsa]. *International Journal of Production Economics*, 267, 1-17. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2023.109070>



Para citar este capítulo siguiendo las indicaciones de la séptima edición en español de APA:
Zabala Salazar, H., & Vallejo Montoya, E. A. (2026). La cooperativización de plazas de mercado como instrumento de eliminación de desequilibrios en el mercado interno. La apuesta antioqueña. En S. M. Malavera Pineda, L. E. Zapata Jiménez, & J. S. Calle Piedrahita (Comps.). *Organizaciones en un contexto global e innovador* (pp. 44-64). Fondo Editorial Universidad Católica Luis Amigó.
<https://doi.org/10.21501/9786287765306.3>

La cooperativización de plazas de mercado como instrumento de eliminación de desequilibrios en el mercado interno. La apuesta antioqueña¹

Hernando Zabala Salazar*
Elías Alexander Vallejo Montoya**

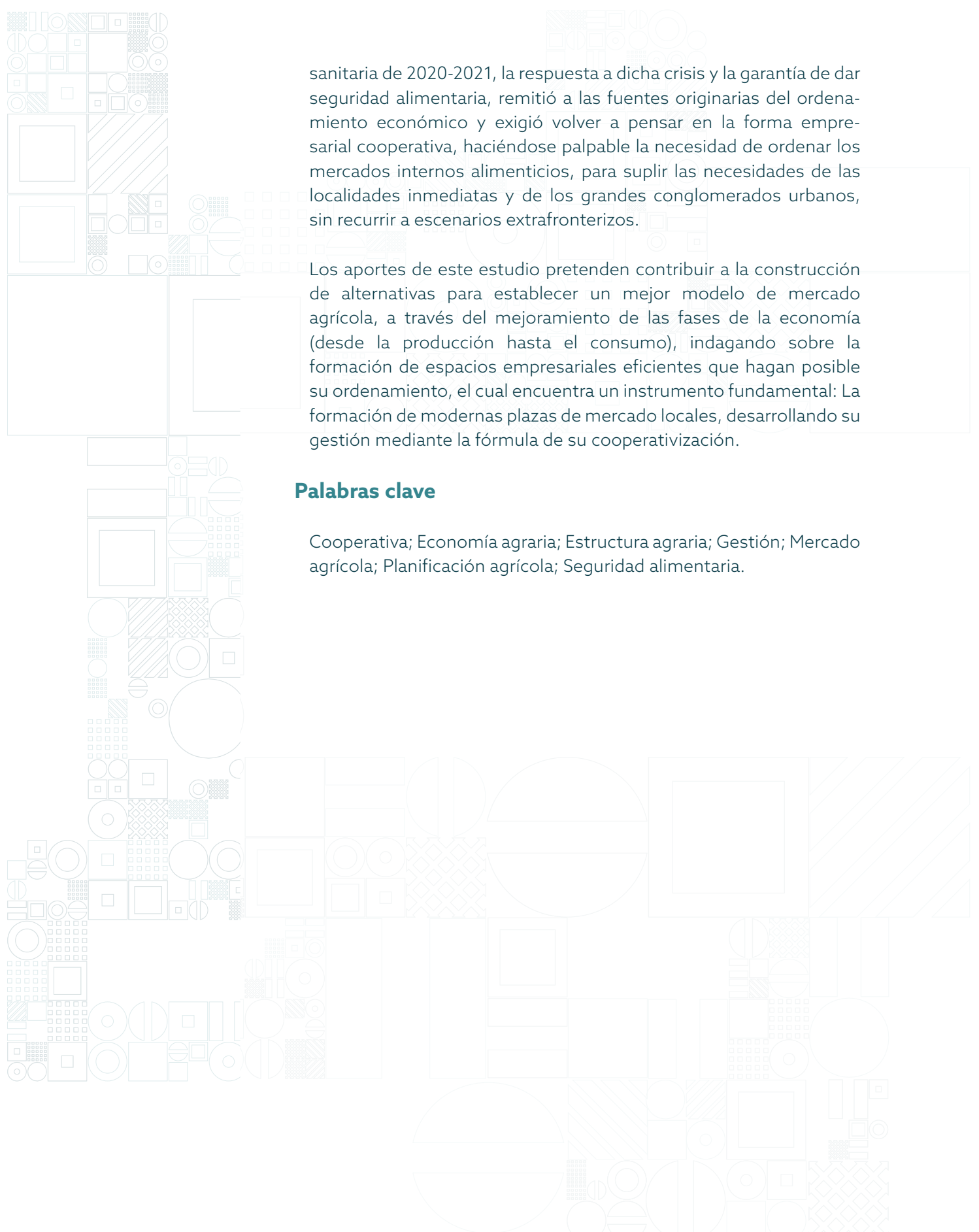
Resumen

Las formas de organización cooperativa, por sus prácticas históricas, han demostrado ser una propuesta ideal para resolver problemáticas que se relacionan con la formación de ingresos, para la subsistencia de los ciudadanos, y la mejor estructuración de los territorios rurales. Las crisis económicas recurrentes, con sus efectos negativos en empleo y bienestar, encuentran como alternativa las cooperativas, a través de sus soluciones de asociatividad y establecimiento de circuitos y redes sociales y económicos locales que generan valores agregados y capitales sociales sostenibles. En la reciente situación

¹ Texto proveniente de la investigación *La cooperativización de las Plazas de Mercado: Una racionalización del mercado interno de Antioquia*, financiada por la Universidad Católica Luis Amigó y culminada en noviembre de 2024.

* Docente Universidad Católica Luis Amigó. Historiador, Especialista en Derecho Cooperativo y Solidario. Integrante del Grupo GESNE (Universidad Católica Luis Amigó). Correo electrónico: hernando.zabalasa@amigo.edu.co. No. ORCID: orcid.org/0000-0001-8725-3569.

** Docente Universidad Católica Luis Amigó (Sede Medellín). Administrador de Empresas, Magíster en Dirección de Marketing. Integrante del Grupo GESNE (Universidad Católica Luis Amigó). Correo electrónico: elias.vallejomo@amigo.edu.co. No. ORCID: orcid.org/0000-0002-8832-4098



sanitaria de 2020-2021, la respuesta a dicha crisis y la garantía de dar seguridad alimentaria, remitió a las fuentes originarias del ordenamiento económico y exigió volver a pensar en la forma empresarial cooperativa, haciéndose palpable la necesidad de ordenar los mercados internos alimenticios, para suplir las necesidades de las localidades inmediatas y de los grandes conglomerados urbanos, sin recurrir a escenarios extrafronterizos.

Los aportes de este estudio pretenden contribuir a la construcción de alternativas para establecer un mejor modelo de mercado agrícola, a través del mejoramiento de las fases de la economía (desde la producción hasta el consumo), indagando sobre la formación de espacios empresariales eficientes que hagan posible su ordenamiento, el cual encuentra un instrumento fundamental: La formación de modernas plazas de mercado locales, desarrollando su gestión mediante la fórmula de su cooperativización.

Palabras clave

Cooperativa; Economía agraria; Estructura agraria; Gestión; Mercado agrícola; Planificación agrícola; Seguridad alimentaria.

Introducción

El espacio rural es el escenario en el cual se producen originalmente los circuitos económicos que sustentan las necesidades principales de la población: Cualquier proceso de desarrollo económico debe definirse en torno a acciones que intervengan dicho espacio.

Los mecanismos para planificar la economía en un territorio dado exigen establecer procesos idóneos para la producción agroalimentaria y la circulación de los productos rurales; uno de los instrumentos claves, dentro de la circulación económica, son las plazas de mercado, necesarias para perfeccionar el mercado interno e inmediato.

En este estudio se propone identificar el papel del espacio rural dentro del proceso de la circulación de los productos que garanticen la seguridad alimentaria. El territorio es el soporte primario en el cual se desenvuelve la vida humana y en donde se generan los productos necesarios para su subsistencia. Este argumento parte de entender la historia humana como un proceso por el cual se producen transformaciones en el espacio rural para garantizar la sobrevivencia de la especie humana, mediante el aprovechamiento de los frutos de la tierra. Por eso, desde las más antiguas teorías que racionalizan la economía, estas han definido que la *naturaleza* es el primer factor de producción y el *trabajo* se le considera como segundo factor (como acción emprendida para transformar la primera a su favor).

Sobre esta concepción, el objetivo de la investigación es indagar las variables positivas de formación de cooperativas alrededor de las plazas públicas de mercado de Antioquia e identificar alternativas de ampliación de su cobertura por subregiones del departamento de Antioquia; esto complementándose, a su vez, con la identificación del papel de las plazas de mercado en la estructura de los mercados internos, al analizar la experiencia de las plazas de mercado. Pero, principalmente, se trata de ubicar el papel de estas dentro de la estructura económica de Antioquia, como alternativa de salida a la producción alimentaria. En tal sentido, este texto hace parte del proyecto de investigación denominado *La cooperativización de las plazas de mercado: una racionalización del mercado interno de Antioquia*, concebido para revisar los procesos de cooperativización de las plazas de mercado en este departamento y aportar al ordenamiento de estos espacios públicos que se han propuesto desde el gobierno departamental, con el propósito básico de proponer el método para lograr la mayor cobertura posible en diferentes localidades municipales de Antioquia.

Para el desarrollo de la investigación se ha realizado una revisión documental sobre las temáticas en análisis, asimismo, se realizó un estudio de campo para verificar los procesos de formación de plazas de mercado cooperativizadas según la revisión documental, y entrevistas con actores claves.

Con base en el diseño metodológico de la investigación formulada, en este estudio se realiza una revisión documental sobre temas esenciales como mercado interno, ordenamiento de la economía rural y evaluación de procesos de circulación en el mercado de los productos agropecuarios; simultáneamente, se efectúa una revisión de experiencias de plazas de mercado en Antioquia y los procesos que han llevado a que algunas de ellas adopten el modelo de cooperativas para su administración, implicando establecer análisis específicos desde la observación, análisis de casos y entrevistas personales.

En este escenario metodológico se consideró de suma importancia la búsqueda, descripción y análisis del proyecto de modernización de plazas de mercado que se ha formulado desde años atrás por la Gobernación del Departamento de Antioquia, indagando sobre las perspectivas del mismo y las actuaciones de las plazas cooperativizadas que se han experimentado en Medellín y otros municipios. Ello implicó, partiendo de las entrevistas a los informantes claves, realizar un acercamiento para reconocer la implementación de un modelo de administración de mercados públicos a través de la forma cooperativa, identificándose las normas jurídicas que lo permiten.

Marco teórico

El espacio rural, su desarrollo y planificación

La relación dialéctica entre economía y naturaleza define el papel del territorio, el cual "constituye el escenario sobre el cual se proyectan los procesos originados por los circuitos económicos, empresas, gobiernos, sociedades" (Bagnulo et al., 2013, p. 214). El primer espacio en el cual se produce esta relación es el *espacio rural*, definido como aquel territorio apropiado por los sujetos humanos, en el cual se producen no solo interacciones con la naturaleza, sino entre los mismos sujetos humanos, dependiendo de los entornos socioculturales que les determinan (Bagnulo et al., 2013, p. 214).

El desarrollo de un territorio es un proceso que orienta cambios sociales sostenidos, este tiene como fin “el progreso permanente de la región, el territorio, la localidad, la comunidad y de cada individuo residente en las diferentes instancias de ese ordenamiento (Ministerio de Desarrollo Social y Familiar, 2005, p. 16). Cualquier reforma económica, o proyecto de desarrollo económico, debe comprender acciones que intervengan el espacio rural para generar actuaciones estructurales sobre el uso del mismo. La modernización de la economía debe considerar, primeramente, acciones de transformación de la vida rural, atendiendo a la velocidad de los cambios socioeconómicos. En la Tabla 1 se describen algunas de las problemáticas básicas en América Latina que determinan la prospectiva de modernización del espacio rural.

Tabla 1.
Problemáticas centrales de la ruralidad en América Latina

Problemática	Observación
Asimetrías en torno a la globalización	En los escenarios rurales, la globalización y la regulación sobre los mercados han sido aprovechadas por empresarios con propósitos de exportación, que tienen capacidades para acceder a suministro de créditos, tecnología e información sobre los mercados. Sus beneficios se concentran en los grandes productores, otorgándose pocos recursos para los pequeños productores.
Concentración del capital educacional	En América Latina persiste una alta concentración de ofertas educacionales en los estratos sociales más altos, con poca presencia de educación avanzada en la ruralidad.
Mercados imperfectos y costos de transacción	El comportamiento de los mercados está muy lejos del modelo que postula que los precios de equilibrio determinados por estos mercados deben aplicarse por igual a todos los participantes.
Cambios en el empleo e ingreso rurales	Hay disminución del empleo agrícola y un aumento de la participación relativa del empleo y del ingreso rural no agrícola. El empleo y el ingreso rural no agrícola constituyen para muchos de los pequeños productores el mecanismo complementario para superar los niveles de pobreza que la sola producción agropecuaria no permite.
Pobreza y distribución del ingreso	Las desigualdades en el ingreso han aumentado, a pesar del crecimiento del producto y sus exportaciones, pero ello no ha permitido disminuir el alto grado de inequidad estructural de las economías.

El desarrollo territorial rural se ha concebido como la combinación de cinco vectores: social, sectorial, temporal, institucional y espacial. De acuerdo con Schejtman (2010, p. 450) hay dos pilares principales: a) transformación productiva, entendida como la incorporación de innovaciones en los procesos, productos y gestión para acceder a mercados dinámicos; b) la transformación institucional para la creación de plataformas público-privadas que conduzcan a la inclusión de los pequeños productores para que se les permita acceder a los beneficios de la transformación productiva. Para dar respuesta a los retos del desarrollo rural se han efectuado muchos análisis de las lecciones aprendidas, identificándose situaciones a incorporar en la planificación (Ministerio de Desarrollo Social y Familiar, 2005, pp. 49-50).

Las plazas de mercado y su papel en el ordenamiento del mercado interno

La plaza de mercado es un espacio comunitario y lugar de encuentro que propicia relaciones de intercambio básico de productos, en otros términos, un lugar geoestratégico para el encuentro de tradiciones y sustento de la identidad. Se caracteriza por ser un equipamiento urbano que contribuye a la transformación del territorio (Bravo, 2020, p. 3). Equipamientos que “se convierten en resguardos de conservación y resistencia cultural, donde se preservan expresiones del patrimonio material e inmaterial, contribuyendo a la protección de diversas expresiones de la tradición oral y la herencia alimentaria” (Bravo, 2020, p. 1). Por tanto, este es un espacio urbano que presenta ciertas condiciones especiales en cualquier formación socioeconómica, que contribuye al mejoramiento de los mercados internos:

Es primero un sitio público destinado permanentemente, o en días señalados, para vender, comprar o permutar bienes o servicios; segundo es el conjunto de actividades realizadas libremente por los agentes económicos sin intervención del poder público; también es el conjunto de operaciones comerciales que afectan a un determinado sector de bienes; o la plaza o país de especial importancia o significación en un orden comercial cualquiera. (Castiblanco Roldán, 2011, p. 127)

La posición gubernamental en Colombia, de acuerdo con el DANE, es que este es un escenario que vincula las actividades comerciales (de diferente tipo de productos, especialmente relacionados con la producción agropecuaria) y el abastecimiento de centros poblacionales (Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, 2022). Sin embargo, debe entenderse también como espacio articulador de inclusión social (Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, 2022, p. 10). También se ha venido llamando la atención, con respecto a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), para que estos espacios se articulen con el derecho a la alimentación con un enfoque sustentable.

Tal perspectiva puede lograrse mediante una modernización de las plazas de mercado. En Colombia, el origen de las plazas de mercado, en el sentido de infraestructuras, se dio en 1861 cuando se prohibió la ubicación del mercado en la plaza de Bolívar (Bogotá), ordenándose la construcción de un edificio dispuesto a la venta de productos, que se levantó sobre el antiguo solar del convento de *La Concepción*. En consecuencia, se construyeron otros edificios: En Las Nieves, Chapinero, Las Cruces, La Concordia y San Cristóbal. El mercado se desplazó de la plaza pública hacia nuevas estructuras que conservaron la antigua denominación de *plazas*. Y la propuesta de construir edificaciones de mercado recorrió todo el territorio nacional.

Hoy en día, en Colombia, de acuerdo con la estadística oficial del gobierno nacional, hay 1102 municipios y en gran cantidad de ellos hay una plaza de mercado; y el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible (2022, p. 11), presenta las siguientes informaciones y problemáticas sobre el sistema de instalaciones y procesos de distribución de productos:

- a. La red de centrales de abasto reúne a 14 infraestructuras.
- b. Las plazas de mercado y las centrales de abasto son escenarios referentes en la cadena agroalimentaria del país, y también potenciales lugares para identificar y promover *negocios verdes*.
- c. La gestión inadecuada de estos espacios los constituye en focos de contaminación y, en cierta medida, responsables de desabastecimiento alimentario.
- d. No toda la comida destinada al consumo humano se aprovecha ya que el procesamiento genera pérdidas y desperdicios de alimentos.

Economía de Antioquia y mercado interno

Antioquia se ha identificado, en contextos nacionales e internacionales, como una región de alta dinámica económica, formando variados conglomerados empresariales. Su historia no ha estado exenta de difíciles coyunturas que han conducido a generar cambios en sus estructuras y vocaciones productivas. La verdad es que Antioquia aporta un 15,1 % a la economía nacional: "Si no se contara a Bogotá como un departamento, Antioquia sería el departamento de mayor aporte" (Torres, 2023, p. 1). Sin embargo, al abordarse más específicamente el aporte de Antioquia a la economía colombiana, se observa que desde 2012 ha ganado participación en el PIB nacional, llegando a índices superiores al 15 % (en 2021 y 2022). La red de comercio de Antioquia está conectada, aunque se siguen teniendo problemas con algunas vías carretables. De otro lado, se ha explicado que el reto para el país está determinado por la necesidad de consolidar la reactivación del año 2021, debiendo implementarse reformas estructurales que se han visto aplazadas (Cámara de Comercio de Medellín, 2022, p. 47).

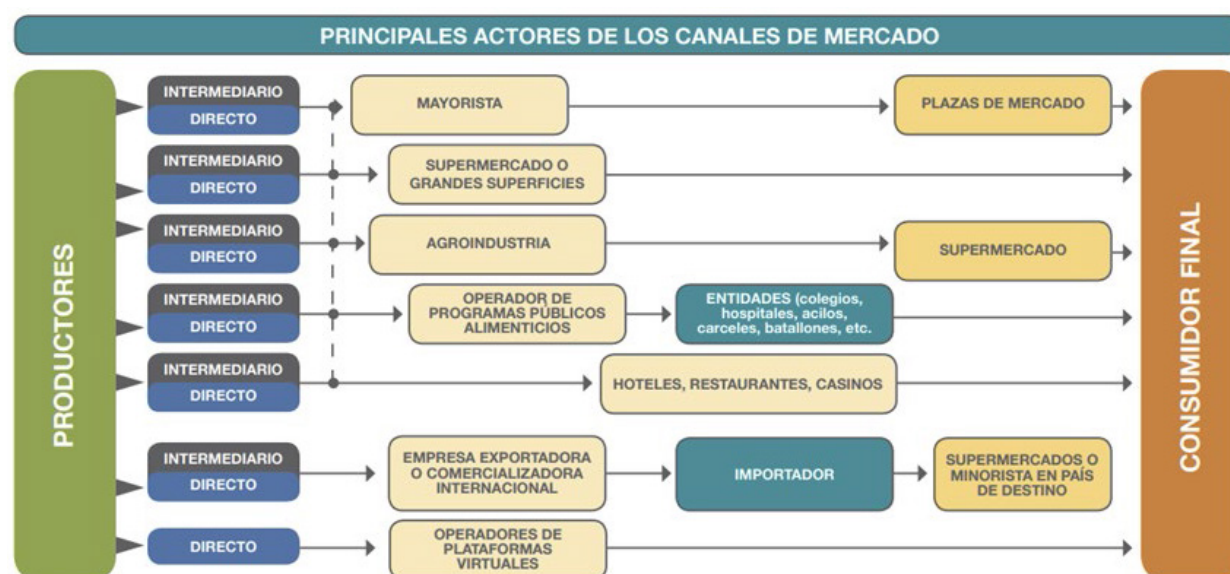
Antioquia es un territorio de alta producción alimentaria, por su tradición agrícola, la presencia de diversos pisos térmicos, su riqueza hídrica y las conexiones con los diferentes mercados. En el Censo Agrícola de 2013 se clasificó como el segundo departamento con mayor proporción de producción agrícola, pero presenta una baja productividad agropecuaria. Cuatro subregiones concentran su producción: Urabá, Oriente, Suroeste y Norte, aunque con alta presencia de monocultivos: "Antioquia presenta una gran disparidad

entre la vocación y el uso del suelo, conduciendo a conflictos de uso ... Situación que ha llevado a que el 42 % del territorio esté sobre-utilizado y 9 % esté subutilizado" (Coalición para la Alimentación y Uso del Suelo Antioquia, 2020, p. 48).

En los estudios preparados por la Coalición para la Alimentación y Uso del Suelo (FOLU) se advierte que la comercialización de productos agropecuarios es un elemento a intervenir de forma urgente. En este sector se utilizan diferentes circuitos de comercialización de productos agropecuarios, tal como se aprecia en el cuadro de actores participantes de la Figura 1:

Figura 1.

Actores en canales de mercado



Nota. La figura muestra el proceso de circulación de un producto agropecuario desde la fuente hasta el consumidor final. "Principales actores de los canales de mercado", Coalición para la Alimentación y Uso del Suelo, 2020. https://viva.gov.co/wp-content/uploads/2023/08/PlanDesarrolloUNIDOS_VF-comprimido-min.pdf

La cadena de suministro de alimentos en Antioquia (que empieza en la producción y llega hasta el consumidor final) busca integrar actores para soportar el desarrollo de las subregiones. Los principales son: productores agropecuarios, productores que transforman los anteriores en productos industriales de alimentos y, finalmente, las infraestructuras de abastecimiento (Central Mayorista de Antioquia, Plaza Minorista José María Villa y plazas de mercado satélites municipales). Hay una amplitud de actores que exige un enfoque integrativo para aportar al mejoramiento de la cadena de suministro. Se advierte que en Medellín y el Oriente antioqueño se han formado sistemas alterna-

tivos alimentarios de productos naturales o con procesamiento artesanal, comprados a pequeños productores o a pequeñas asociaciones de productores que se fundamentan en la agroecología o transitan hacia ella (Coalición para la Alimentación y Uso del Suelo Antioquia 2020, pp. 84-89).

La cooperativización de plazas de mercado

Proyecto Plazas de Mercado de Nueva Generación en Antioquia. Entre 2020 y 2021, la Secretaría de Productividad y Competitividad de Antioquia asesoró a 35 municipios para implementar mejoramientos a sus respectivas plazas de mercado. Se evidencia, al cierre de 2024, que existen 14 proyectos en marcha bajo el programa denominado *Red de Plazas de Mercado de Nueva Generación*, que se proyecta como una plataforma de servicios para articular los mercados de productos alimentarios en el departamento y dinamizar la producción local, siendo una prioridad el fortalecimiento de la gestión de las plazas actuales y sus infraestructuras.

Ya en Medellín, la plaza central (Plaza Minorista José María Villa) y las plazas satélites han logrado alta modernización, adoptando la fórmula cooperativa. En el Oriente de Antioquia, las plazas de Marinilla y La Ceja están ordenadas como cooperativas, como también en otros municipios. Se vienen presentando planes para el ordenamiento de plazas de mercado en Abejorral, Andes, Anorí, Bello, Donmatías, El Peñol, Sonsón, Turbo y San Juan de Urabá; proceso cobijado jurídicamente por la Ordenanza N.º 41 de diciembre de 2023, por la cual se adopta el plan estratégico para el fortalecimiento de los mercados públicos de nueva generación en Antioquia (Asamblea Departamental de Antioquia, 2023, p. 1).

El plan de desarrollo de Antioquia *Unidos por la vida 2020-2023*, en su línea estratégica 2, estableció el Programa 5: *Infraestructura y tecnología para el apoyo a la asociatividad y la comercialización*. El programa pretende desarrollar nuevas infraestructuras o potenciar las existentes:

En estas ciudadelas además tendrán cabida las economías creativas, culturales y deportivas. Las ciudadelas empresariales serán centros de negocios integradores de servicios, espacios para impulsar el emprendimiento, la empleabilidad, la economía social y solidaria, y fortalecer el tejido empresarial en las subregiones de Antioquia ... El programa también incluye el fortalecimiento de una generación de plazas de mercado, promoviendo su modernización, no solo como centros de comercio de bienes y servicios, sino también

como sitios atractivos para el turismo, donde además de ofertar los productos autóctonos de la región, sean espacios que representen la cultura e idiosincrasia local. (Gobernación de Antioquia, 2020, pp. 256-257)

Las plazas de mercado en Antioquia. Antes de 1890, el proceso de entrega de productos agrícolas se efectuaba en las plazas centrales municipales, no existiendo espacios especializados para este efecto. Existía, pues, el típico mercado dominical, el cual se caracterizaba principalmente porque: a) Eliminaba intermediarios al producirse ventas directas al consumidor por parte del productor; b) exhibía gran cantidad de productos frescos y variados; c) fomentaba relaciones sociales y comerciales (Restrepo, 1966, p. 57). La reglamentación producida en Medellín para su instalación señalaba que:

Se denominan plazas de mercado los locales construidos o destinados por el Municipio de Medellín para servir de centros de expendio y abastecimiento de artículos de primera necesidad. Entiéndase por artículos de primera necesidad los víveres, carnes, productos agrícolas, conservas y alimentos envasados, y los que ... se consideren complementarios para la vida doméstica ... Se procurará, en cuanto sea posible, que los productores den a la venta directamente sus productos. (Restrepo, 1966, p. 59)

Sobre estas bases, en Medellín, se establecieron las plazas de Cisneros, Flórez y Berlín (luego Campo Valdés). La ciudad estaba en crecimiento y aumentaba su población por influencia de la construcción del Ferrocarril de Antioquia, promoviéndose nuevos procesos productivos. Se construyeron, primero, la plaza de Flórez y la de Guayaquil, con el apoyo de los empresarios Rafael Flórez y Coriolano Amador. En la primera se concentraron las actividades de los habitantes del centro de Medellín, con la segunda se produjo la expansión hacia el norte y el occidente. En la década de los treinta se erigieron las plazas de Lídice y La Paz. En su devenir se conformó una Central de Abastecimientos (creada en 1963 por Acuerdo del Concejo Municipal de Medellín), entendiéndose en este que, para obviar los problemas de la distribución, era necesario el agrupamiento de los pobladores a través de cooperativas, lo que implicaba constituir diferentes tipos: de productores, intermediarios, consumidores, de transporte y una central cooperativa (Restrepo, 1966, pp. 69-70).

Antioquia es un territorio de gran tradición en formación de estos canales de mercado interno en los entornos locales y micro-regionales. Demostrativo de ello es el alto volumen de plazas de mercado que aún subsisten, tal como se muestra en la Tabla 2.

Tabla 2.

Ubicación de plazas de mercado en Antioquia

Subregión	Municipios con plazas de mercado	N.º Plazas
Valle Aburrá	Medellín (4), Barbosa, Bello, Caldas, Copacabana, Envigado, Girardota, Itagüí y La Estrella	12
Bajo Cauca	Caucasia	1
Magdalena Medio	Puerto Berrío y Puerto Nare	2
Nordeste	Amalfi, Cisneros, Santo Domingo y Yolombó	4
Norte	Campamento, Ituango y Yarumal	3
Occidente	Cañasgordas, Ebéjico, Frontino, San Jerónimo, Santa Fe de Antioquia y Sopetrán	6
Oriente	El Carmen, El Peñol, El Santuario, Guarne, La Ceja, Marinilla, San Carlos, San Luis, San Rafael, San Vicente Ferrer y Sonsón	11
Suroeste	Amagá, Ciudad Bolívar, Fredonia, Montebello, Santa Bárbara	5
Urabá	Mutatá, Necoclí, San Pedro de Urabá y Turbo	4
Totales	45	48

Son 48 plazas municipales, 25 % ubicadas en el Valle de Aburrá y 23 % en el Oriente. Solo en 45 municipios hay plazas de mercado activas o con infraestructura adecuada para desarrollar su propósito. Se destaca en ellas la presencia de diferentes organizaciones de economía solidaria que tienen la función de administración delegada.

Resultados

Las actuales plazas de mercado administradas por cooperativas

Las cooperativas que administran las plazas de mercado promueven la economía solidaria, el comercio justo y la autonomía de los pequeños productores. En la sociedad, las cooperativas articulan una red de producción, distribución y consumo desde diferentes modelos.

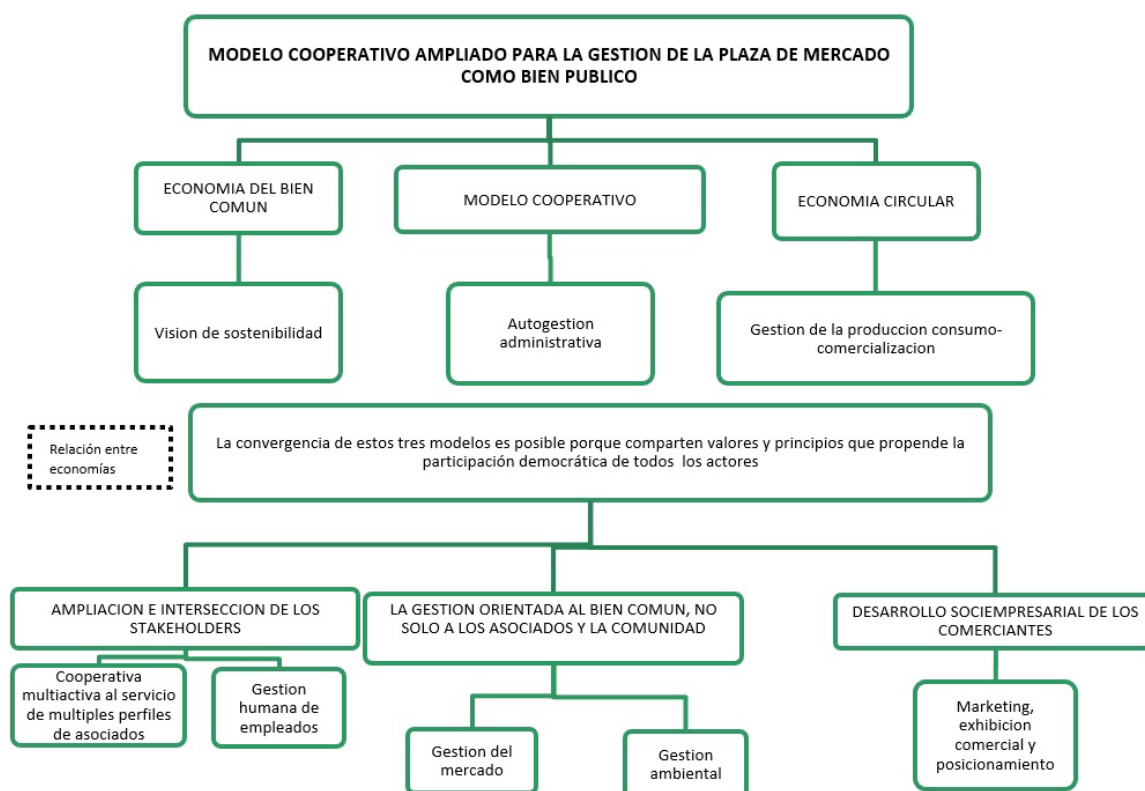
El modelo de administración de mercados públicos a través de la forma cooperativa

La administración de las plazas de mercado, utilizando la forma jurídica cooperativa, no es reciente en Antioquia; empero, se produjo la modernización solo hasta finales del siglo XX, con resultados supremamente satisfactorios en variados aspectos. No

es extraño, pues, que en los planes gubernamentales recientes se ofrezca la posibilidad de que la modernización de esos espacios en otros municipios se pueda realizar bajo la forma jurídica cooperativa. Indagando sobre este fenómeno, las investigadoras Llath Barrera y Bonilla Gamboa (2021) sostienen que “el posicionamiento de la plaza de mercado como un centro comercial ... lo hace atractivo para compradores locales y turistas” (p. 23). Esta, que es una experiencia mundial, se hace más efectiva si se adopta el modelo cooperativo en su administración, que permite “integrar el factor social que involucra las plazas de mercado, con el componente económico, siendo la equidad, la igualdad y el trabajo en equipo, un motor para el desarrollo de las actividades de la plaza” (Llath Barrera & Bonilla Gamboa, 2021, p. 29).

Este espacio proyecta, además, diversas dimensiones de la organización urbana convirtiéndolo en centro de integración local, llegando a ser parte de su patrimonio cultural. Las investigadoras mencionadas proponen un modelo cooperativo ampliado por el cual se permita que la administración de las plazas minoristas se realice bajo el esquema cooperativo (ver Figura 2). Ese modelo es el que se ha puesto en operación en Medellín, desde el año 1997, y se propone ampliarse a muchos otros municipios de Antioquia.

Figura 2.
Modelo cooperativo ampliado



Nota. La Figura identifica la posición del modelo cooperativo en un proceso de gestión de plazas de mercado. “Modelo cooperativo ampliado para la gestión de la plaza de mercado como bien público”, Llath Barrera, N. & Bonilla Gamboa, N., 2021, Universidad Cooperativa de Colombia.

Se complementa el modelo con un ejercicio de capacitación para todos los comerciantes, grupos de interés y colaboradores de las plazas de mercado; también integra diferentes emprendimientos para producir acuerdos entre los comerciantes, establecer estrategias de marketing entre ellos y ordenar logística común, mediante un método participativo e incluyente.

Reseña de las plazas de mercado a intervenir con el programa Red de Plazas de Mercado de Nueva Generación

Plaza de Mercado Bello. La plaza de mercado municipal de Bello se construyó a comienzos de los años cuarenta en el siglo XX. En desarrollo del nuevo programa gubernamental, en el año 2021 se empezó la reconstrucción de sus instalaciones. El nuevo espacio deberá ser un lugar, o vitrina, donde los campesinos puedan comercializar sus productos. Allí pueden hacer presencia asociaciones, emprendedores, comerciantes y demás personas que inicien procesos de transformación e innovación. Será también espacio de socialización y esparcimiento.

El nuevo equipamiento deberá traer una serie de beneficios para el municipio, entre los que se desatacan: a) comercializar los productos de la ruralidad; b) fortalecer emprendimientos locales; c) generar oportunidades para los jóvenes; d) desarrollar la nueva centralidad; e) generar empleo; f) ampliar opciones para los compradores; g) atraer turistas; y h) brindar alternativas para mercados campesinos (Gobernación de Antioquia, 2021a, pp. 9-10). Comenzada la reconstrucción en 2021, se buscó beneficiar emprendedores de los alrededores del predio (cerca de 81 comerciantes). Las nuevas estructuras modulares (más de 200) se enfocan en ofrecer un portafolio de frutas y verduras, floristería, hierbas y aromáticas, papelería, materas y jardín, quesos y charcutería, pollos procesados y lácteos.

Plaza de Mercado de La Ceja. La Cooperativa de la Plaza de Mercado (Mercoopla) es la entidad administradora de la plaza de La Ceja del Tambo: se reinauguró en diciembre de 2023, habiendo sido constituida en el año 1958. Se beneficiaron 180 comerciantes, siendo además un espacio turístico y gastronómico. En este municipio, el sector agropecuario local está básicamente constituido por plantaciones de flores de exportación y una gran cantidad de pequeños productores de mora, plátano, café, tomate y leche.

El marco estratégico de la nueva plaza exige un reposicionamiento de la cooperativa como administradora del espacio que dinamizará el proceso agrícola: "La misión actual es convertir la plaza ... en un centro de alimentación especializada y de calidad, mediante la consolidación de circuitos cortos de comercialización, el desarrollo de corredores gastronómicos y la promoción de emprendimientos innovadores" (Gobernación de Antioquia, 2022, p. 26).

Plaza de Mercado de Marinilla. Marinilla es un municipio del oriente de Antioquia, siendo una despensa agrícola importante con una excelente ubicación estratégica, produciéndose 1120 toneladas mensuales de hortalizas y legumbres. La plaza de mercado ha sido un espacio subutilizado. Desde el año 2022, se ha venido adelantando el proyecto de construcción de una nueva plaza de mercado con la intención de crear una nueva centralidad, así como mejorar la oferta de servicios a la comunidad, para constituirse en "un espacio idóneo para dinamizar la economía local con énfasis en la inclusión de la población rural y un punto estratégico del territorio para aprovisionarse de alimentos de calidad y a buen precio" (Gobernación de Antioquia, 2021b, p. 23).

Este equipamiento debe permitir: a) fortalecer las asociaciones de productores; b) posicionar a Marinilla como centro agropecuario potente y desarrollado de la subregión; c) mejorar ingresos y realizar nuevas inversiones sociales; d) convertir a los productores en empresarios; e) generar oportunidades para los jóvenes; f) generar empleo; g) desarrollar una nueva centralidad; y h) ampliar opciones para compradores y atraer turistas. En el centro de este proceso renovador surge la iniciativa de formar una cooperativa administradora. Esta se creó bajo la fórmula jurídica de una cooperativa multiactiva y su relación con el proyecto de renovación de la plaza inicia en 2021. Una vez culminada la primera fase de modernización, definida para diciembre de 2024, se espera acordar el proceso con COOMUNAL (Cooperativa Comunal de Marinilla).

Plaza de Mercado de El Santuario. El Santuario es otro municipio del Oriente Antioqueño. Tiene el menor tamaño en extensión territorial de la subregión, pero cuenta con gran capacidad productiva. Culminado el período inicial de emergencia sanitaria del año 2020, la administración municipal, con apoyo de la Gobernación de Antioquia, lideró el proceso de reactivación económica local a través de la construcción de un espacio de negocios para mejorar los niveles de abastecimiento, transformación y distribución de los productos agropecuarios. De ahí surge el denominado plan de negocio para la Plaza de Mercado del Municipio de El Santuario para: "Consolidar la función logística y comercial de la plaza como centro de abastecimiento regional, liderar la renovación tecnológica para ampliar los canales de comercialización, y posicionar a El Santuario como plataforma logística del Oriente Antioqueño" (Gobernación de Antioquia, 2021c, p. 5). En el modelo de negocio se establece que la nueva plaza contará con una Junta

Administradora, la cual estará encargada de: “Integrar a todos los actores que hacen parte del proceso productivo y la cadena de valor ... la administración municipal debe negociar la operación de la plaza con un actor privado —sea una cooperativa, una empresa o una unidad temporal—” (Gobernación de Antioquia, 2021c, p. 12).

Plaza de Mercado de San Vicente Ferrer. En 2021 la Gobernación de Antioquia realizó el diagnóstico socioeconómico de San Vicente Ferrer, ubicado en el oriente del departamento, acompañando la formulación del proyecto de plaza de mercado. Esto debido a que esta actuaba básicamente como centro de acopio para la comercialización al por mayor de los productos agrícolas. El proyecto implica un espacio que comprenda procesos de transformación e innovación, socialización y esparcimiento, que complemente el parque principal como lugar de reunión, ocio y eventos culturales. Tiene por objetivo “brindar un espacio cómodo y amplio para reuniones de diversa índole, además de albergar actividades de capacitación” (Gobernación de Antioquia, 2021d, p. 24). A finales de 2023, la Gobernación de Antioquia informaba que se ponía en marcha la nueva plaza, que incluyó una Casa de la Música. La plaza cuenta con 39 módulos de vocación turística y minorista, e incluye cafetería, restaurante, legumbreras, carnicerías, bodegas, auditorio y sala de reuniones.

Plaza de Mercado de Turbo. Turbo es un municipio ubicado en el Urabá Antioqueño, territorio con grandes procesos productivos y comerciales, especialmente en el ámbito internacional, escenario en el cual se construye el nuevo puerto marítimo del país. La plaza de mercado está pensada en cuatro escalas de actuación en el que intervienen pescadores artesanales del Atrato y del Golfo de Urabá, vendedores de pescado y expendedores de comidas, posicionándose como centro de acopio de productos marítimos (Gobernación de Antioquia, 2021e, pp. 13-14). Se han identificado los factores principales para lograr un excelente proceso de servicios: haciendo que la cooperativa administre la plaza como espacio de cogestión con los comerciantes, exigiéndose construcción participativa del reglamento interno de funcionamiento y firma de nuevos contratos de arrendamiento, gestión integral de líneas de crédito favorables para la adquisición y dotación de locales, entre otros (Gobernación de Antioquia, 2021e, p. 31).

Plaza de mercado de Ituango. La plaza de mercado de Ituango, al norte de Antioquia, es un centro de comercio que comprende pequeños comerciantes organizados para la comercialización de productos locales, mediante entrega de diferentes productos perecederos, principalmente de la canasta familiar y opciones comerciales como heladería, jugos naturales, fruterías y pequeños restaurantes. El espacio lo constituyen 44 locales comerciales (37 actualmente ocupados).

Con un estudio monográfico realizado por la estudiante Laura Jaramillo (de la Universidad Minuto de Dios), se buscó establecer parámetros para mejorar la producción y comercialización de productos, atendiendo a las necesidades de los clientes. Para ello, se propuso estudiar el papel de la plaza de mercado, considerando que esta “cuenta actualmente con una nueva infraestructura y mucho más amplia, se plantea la implementación de un plan de mercadeo, específicamente en el área de ventas de productos agrícolas” (Jaramillo, 2020, p. 14). En general, se pretende mejorar las acciones en este espacio público, agregado al plan de renovación dispuesto por la Gobernación.

La experiencia cooperativa de las plazas de mercado en Medellín

La Plaza Minorista José María Villa. La Plaza Minorista José María Villa fue inaugurada el 15 de agosto de 1984 para dar solución a las situaciones de desorden presentes en la plaza tradicional de Medellín, conocida históricamente como Plaza de Mercado de Guayaquil, *El Pedrero* o Cisneros. Dicho centro de mercado se había conformado a comienzos del siglo XX alrededor de la estación central del Ferrocarril de Antioquia, comprendía el proceso de abastecimiento de alimentos y abarrotes, reemplazando la anterior plaza que funcionaba desde 1774 en el hoy Parque de Berrío. La plaza central tuvo presencia por noventa años, considerándose el motor de la economía regional. En 1978 la administración municipal empezó la construcción del Centro Administrativo *La Alpujarra* para centralizar los servicios y oficinas del sector público de Antioquia y Medellín, pero la plaza central seguía allí, sin ningún orden (siendo foco de contaminación, insalubridad y delincuencia). Preciséndose un cambio, se adquirió un lote en la Avenida del Ferrocarril y se inició la construcción de la nueva plaza en 1981. El 5 de agosto de 1984, mediante una marcha de todos los venteros, se dio traslado de sus operaciones a la nueva plaza: La Minorista *José María Villa*. Se otorgó entonces su administración a las Empresas Varias de Medellín.

Años después, la Ley 142/94 exigía ordenar los procesos administrativos en los entes territoriales, dándose vía a la conformación de una cooperativa para que fuera administradora de la plaza de manera autogestionaria. De modo que, desde el 2 de enero de 1998 hasta la fecha, la Plaza *José María Villa* ha venido siendo administrada por la Cooperativa de Comerciantes de la Plaza Minorista —COOMERCA—, encargada esta de velar por sus operaciones de distribución, administración y bienestar tanto de asociados como de comerciantes.

Muchos de los conflictos de la antigua Plaza de Cisneros se habían trasladado a los nuevos espacios, constituyendo de nuevo un escenario de violencia. COOMERCA enfrentó de entrada el problema de la convivencia y, en el mismo año 1998, se firmó un compromiso de paz y convivencia, generándose empleo a muchos jóvenes a cambio de su resocialización. Hoy en día, el principal factor de éxito, que beneficia a la comunidad de la plaza y ciudadanía, es la seguridad, la armonía y tranquilidad que se siente en este espacio público; además de cumplir eficientemente con el propósito de regular los precios de los productos de la canasta familiar. Actualmente, la cooperativa ha adoptado una misión que mantiene el espíritu fundacional; para desarrollarlo su estatuto vigente define que su gestión se centra en las siguientes actividades:

- a. Educar social, económica y cooperativamente a sus asociados o familiares.
- b. Modernizar los servicios que se prestan en la plaza.
- c. Realizar control y mejoramiento de la seguridad, el aseo en las instalaciones, y el ordenamiento logístico y de los servicios de la plaza.
- d. Fomentar la optimización de recursos de los asociados.
- e. Crear espacios reales de participación democrática que contribuyan a la armonía social y política de los asociados y usuarios de la plaza.
- f. Desarrollar políticas de mercadeo de los productos que ofrece y produce la plaza.

Las Plazas Satélites. Desde 1997 se dio lugar a que las plazas de Flórez, La América y Campo Valdés pasaran a ser administradas por cooperativas constituidas por los comerciantes allí ubicados. Todas ellas han adoptado la fórmula cooperativa para su administración (ver Tabla 3).

Tabla 3.
Plazas satélites de Medellín

Plaza Satélite	Descripción
Plaza de Flórez	Fue la primera plaza cubierta de Medellín fundada en 1891. Se denomina Plaza de Flórez, en honor a su fundador, el empresario Rafael Flórez. Hoy es un bien cultural municipal, conformada por 320 puestos fijos y 129 transitorios, distribuidos en tres plantas físicas. Es administrada por la Cooperativa Multiactiva de la Plaza de Flórez —COOPLAFLOREZ— desde 1997. Cerca de 5000 personas transitan a diario en este espacio que ofrece flores, alimentos y artesanías.
Plaza de La América	Inaugurada el 26 de octubre de 1969 está ubicada en el Barrio La América. Es administrada por la Cooperativa Multiactiva de la América —COPLAZA—, fundada en enero de 1996, desarrollando programas de autosostenimiento, mantenimiento de infraestructura y mercadeo. Cuenta con aula ambiental y ecológica. Comprende tiendas de abarrotes, salsamentarías, artesanías, cafeterías y panaderías.
Plaza de Campo Valdés	Fundada en octubre de 1969 se encuentra ubicada en el Barrio Campo Valdés. Cuenta con zonas verdes y parqueaderos. Tiene dispuestos productos agropecuarios variados. Es administrada por la Cooperativa de la Plaza de Mercado Campo Valdés —COOMUPLAZAC—, constituida el 5 de marzo de 1996. Está conformada por 150 comerciantes, quienes generan más de 600 empleos.

Con la adopción en 2014 del plan sectorial de la Comuna de *La Candelaria*, la administración municipal se propuso el fortalecimiento y modernización de las dos plazas ubicadas en esta zona céntrica de Medellín. En 1997 se constituyeron las cooperativas que, bajo contratos de concesión, empezaron a administrar las plazas, mejorando su gestión. En la administración municipal del 2020-2023 se pretendió cambiar el modelo de cooperativización y entregar los contratos a inmobiliarias, como ocurre en otras ciudades del país. Por este nuevo modelo los comerciantes se convertirían en arrendadores, lo cual afectaba el arraigo de las familias que llevaban varias generaciones allí. La reacción no se dejó esperar y, con ayuda de los gremios de productores, se echó atrás la medida llegando a un acuerdo por el cual las cooperativas se mantendrían por 10 años más, estando a cargo de los gastos e inversiones que requieren las plazas.

Normatividad vigente

La Corte Constitucional de Colombia, mediante Sentencia C-089/94, definió que la actividad de las plazas de mercado es un servicio público del orden municipal. Los bienes inmuebles en los cuales se presta el servicio de plaza de mercado son, para su propósito público, del dominio o propiedad del municipio o espacios de afectación del mismo al uso público. Las normativas posteriores permitieron establecer que se pudiera delegar la función administrativa a otra entidad legalmente constituida, manteniendo la responsabilidad y control en cabeza del principal obligado. En este caso, las plazas de mercado deben considerarse como bien de uso público, destinándose a la realización de actividades de expendio o venta de víveres o productos de primera necesidad, según se define en el Decreto 929 de 1943. Hoy en día, la normativa hace posible el proceso de cooperativización de la administración de plazas de mercado; particularmente, la Ley 1551 de 2012 señala —en su artículo 91, numeral 17— que las administraciones municipales deberán fomentar e incentivar la inversión pública y privada, y la asociación de usuarios y/o cualquier otra modalidad que permita el adecuado funcionamiento y prestación del servicio de abastecimiento de alimentos a la población que ofrecen las plazas de mercado públicas.

Conclusiones

Está verificado, en múltiples escenarios mundiales, que la cooperativización de espacios públicos como los de las plazas de mercado es un mecanismo idóneo para cumplir los objetivos de estas en la búsqueda del mejoramiento de su gestión. El haber asumido, desde un orden jurídico, el modelo de administración de estos bienes públicos bajo la fórmula cooperativa es un gran avance en el territorio de Antioquia. Este modelo, como se ha argumentado, evidencia que responde a las necesidades de los diferentes actores intervinientes en estos espacios, asegurándoles sostenibilidad, mantenimiento de infraestructuras y prácticas adecuadas en materia de medio ambiente. Se crea, pues, un positivo impacto entre gestores y usuarios.

Hay que avanzar en definir con mayor precisión, tal como ha ocurrido en Medellín, el esquema de la ampliación del mandato que se otorga a las cooperativas administradoras, para que se sincronicen el servicio al público, los intereses de quienes lo suministran y la obligación de las administraciones locales de mantener sus bienes públicos. Para ello, el ejercicio cooperativo debe atender las expectativas de sus grupos de interés, mediante procesos de capacitación y amplia información, y la creación de espacios de participación para hacer posible el principio de la autogestión. Ello permitirá fortalecer los vínculos asociativos y los de colaboración entre quienes laboran en dichos espacios.

Parece ser muy afortunado este ejercicio tendiente a la cooperativización de estos espacios de comercialización de productos del campo en un ambiente en el que se viene haciendo conciencia de la necesidad de reactivar los procesos rurales. De ello dan cuenta algunas decisiones recientes del empresariado (comienzos de 2024), quienes han anunciado (Cámara de Comercio de Medellín) la constitución de un clúster agroalimentario en Antioquia para articular las zonas productivas y trabajar en función de oportunidades del mercado, avanzando hacia la creación de productos con valor agregado. Es un esfuerzo de asociación para abrir mercados a los productos agroalimentarios de Antioquia, con valor agregado.

Se ha dejado claro en esta declaración del 2024 que una de las soluciones al problema agrario es la circulación de productos alimenticios a través de organizaciones cooperativas mediante su presencia como dinamizadoras de las plazas públicas de mercado. Con estos procesos se busca el perfeccionamiento de los mercados internos que se ha puesto al orden del día como consecuencia de la crisis de emergencia sanitaria acaecida en los años 2020 y 2021.

Referencias

- Asamblea Departamental de Antioquia (2023). *Ordenanza N.º 41 del 26 de diciembre de 2023. Por medio de la cual se adopta el plan estratégico para el fortalecimiento de los mercados públicos de nueva generación —plazas de mercado y mercados campesinos— en el departamento de Antioquia. Plaza Antioquia 2023-2040*. <https://www.asambleadeantioquia.gov.co/wp-content/uploads/2024/02/ord41-del26-dic-de2023.pdf>
- Bagnulo, C., Álamo, M., & Acosta, J. P. (2013). Transformaciones socio-productivas en el espacio rural del partido de Bahía Blanca 1990-2010. *Revista Huellas*, (17), 214-232.
- Bravo, R. A. (2020). La plaza de mercado como escenario para la identificación de diversos fenómenos socioculturales e interculturales en el continente americano. *Apuntes. Revista de Estudios sobre Patrimonio Cultural*, 33(1), 1-34. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.apu33.pmei>
- Cámara de Comercio de Medellín (2022). *Desempeño economía de Antioquia 2021*. <https://www.camaramedellin.com.co/portals/0/Documentos/Transparencia/datos-abiertos/estudio-economico-supersociedades-2021-ccma.pdf>
- Castiblanco Roldán, A. F. (2014). Las plazas de mercado como lugares de memoria en la ciudad: anclajes, pervivencias y luchas. *Ciudad Paz-andó*, 4(2), 123-132. <https://doi.org/10.14483/2422278X.7325>
- Coalición para la Alimentación y Uso del Suelo Antioquia (2020). *Diagnóstico. Nueva Economía para la alimentación y uso del suelo-FOLU Antioquia*. <https://folu-colombia.org/wp-content/uploads/2021/04/Diagnostico-FOLU-Antioquia.pdf>
- Gobernación de Antioquia (2020). *Plan de Desarrollo. Unidos por la vida 2020-2023*. https://viva.gov.co/wp-content/uploads/2023/08/PlanDesarrolloUNIDOS_VF-comprimido-min.pdf
- Gobernación de Antioquia (2021a). *La nueva generación de plazas de mercado. Modelo de negocio Bello*. https://plazantioquia.gov.co/wp-content/uploads/2023/07/MODELO-BELLO13_12_compressed.pdf
- Gobernación de Antioquia (2021b). *La nueva generación de plazas de mercado. Modelo de negocio Marinilla*. https://plazantioquia.gov.co/wp-content/uploads/2023/07/MODELO-MARINILLA_compressed.pdf

- Gobernación de Antioquia (2021c). *La nueva generación de plazas de mercado. Modelo de negocio El Santuario*. https://plazantioquia.gov.co/wp-content/uploads/2023/07/MODELO-SANTUARIO_compressed.pdf
- Gobernación de Antioquia (2021d). *La nueva generación de plazas de mercado. Modelo de negocio San Vicente Ferrer*. https://plazantioquia.gov.co/wp-content/uploads/2023/07/MODELOSANVICENTE_13_12_compressed.pdf
- Gobernación de Antioquia (2021e). *La nueva generación de plazas de mercado. Modelo de negocio para la Plaza de Mercado Distrito de Turbo*. https://plazantioquia.gov.co/wp-content/uploads/2023/07/MODELO-TURBO_compressed.pdf
- Gobernación de Antioquia (2022). *La nueva generación de plazas de mercado. Modelo de negocio para la plaza de mercado de La Ceja*. https://plazantioquia.gov.co/wp-content/uploads/2023/07/MODELO-LA-CEJA_compressed.pdf
- Jaramillo, L. (2020). *Estrategia de un plan de mercadeo que promueva el desarrollo comercial de la plaza de mercado "Ernesto Gómez Echeverri" del municipio de Ituango, Antioquia* [Tesis de maestría, Universidad Uniminuto]. https://repository.uniminuto.edu/bitstream/10656/12938/1/T.A_JaramilloVelezLaura_2020.pdf
- Llath Barrera, N. L., & Bonilla Gamboa, N. del P. (2021). *Modelo Cooperativo para la administración de un mercado público en la ciudad de Santa Marta* [Tesis de maestría, Universidad Cooperativa de Colombia]. Repositorio Institucional Universidad Cooperativa de Colombia. <https://hdl.handle.net/20.500.12494/43225>
- Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible (2022). *Guía para la gestión sostenible plazas de mercado y centrales de abasto en Colombia*. <https://www.minambiente.gov.co/wp-content/uploads/2023/06/PLAZAS-DE-MERCADO-Y-CENTRALES-DE-ABASTO.pdf>
- Ministerio de Desarrollo Social y Familiar (2005). *Conceptualización del desarrollo territorial a partir de identidades y culturas locales*. MIDEPLAN
- Restrepo, J. W. (1966). Plazas de mercado en Medellín como centros de distribución. *Revista Universidad EAFIT*, 2(2), 57-70.
- Schejtman, A. (2010). Elementos para una renovación de las estrategias de desarrollo rural. *Agronomía Colombiana*, 28(3), 445-454.
- Torres, E. (2023). *¿Cuánto le aporta Antioquia a la economía del país?* IDEA.



Para citar este capítulo siguiendo las indicaciones de la séptima edición en español de APA:
Calle Piedrahita, J. S., & Isaza-Zapata, G. M. (2026). Comprensión de la violencia basada en género de mujeres emprendedoras de cooperativas. En S. M. Malavera Pineda, L. E. Zapata Jiménez, & J. S. Calle Piedrahita (Comps.). *Organizaciones en un contexto global e innovador* (pp. 65-91). Fondo Editorial Universidad Católica Luis Amigó. <https://doi.org/10.21501/9786287765306.4>

Comprensión de la violencia basada en género de mujeres emprendedoras de cooperativas¹

Juan Santiago Calle Piedrahita*
Gloria María Isaza-Zapata**

Resumen

La innovación, como proceso de transformación del ser humano, impulsa nuevas discusiones que ofrecen a su vez inexcusables visiones de la humanidad. Una de ellas es, sin duda, la urgente reflexión por la realidad que se vincula con la violencia basada en género (VBG). Por eso, y desde tal lógica, el objetivo de este trabajo es interpretar el fenómeno de las emprendedoras de cooperativas en relación con la violencia basada en género. La metodología de esta investigación se basó en un enfoque cualitativo, siguiendo el método hermenéutico a través de entrevistas realizadas en grupos focales virtuales. Se configuraron dos categorías: 1) contexto y consecuencias, y 2) desigualdad y emociones. Como parte de los hallazgos se encontró que hay aceptación por la terminología de VBG, pero no hay comprensión intelectual y emocional para aceptar

¹ Capítulo resultado de la investigación denominada "Emprendimiento desde la gestión de nuevas tecnologías en cooperativas de Colombia", financiada por la Universidad Católica Luis Amigó.

* Doctor en Ingeniería, docente de la Universidad Católica Luis Amigó, <https://ror.org/055d5bf90>, pertenece al grupo de investigación Goras, Medellín-Colombia. Correo electrónico: juan.callepi@amigo.edu.co, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6320-5204>

** Doctora en Educación, docente de la Universidad Pontificia Bolivariana, <https://ror.org/02dxm8k93>, pertenece al grupo de investigación Educaciones, Lenguajes y Ambientes de Aprendizaje, Medellín-Colombia. Correo electrónico: gloria.isaza@upb.edu.co, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7699-8714>



a otras personas salidas de la denominación clásica de masculinidad. La principal conclusión es que las personas tienen diversos géneros en función de la personalidad, que algunos son aprobados y otros rechazados, sin la aceptación ideológica de los términos de VBG.

Palabras clave

Conflicto; Cooperativa; Emprendimiento; Género; Víctimas; Violencia; Violencia de género.

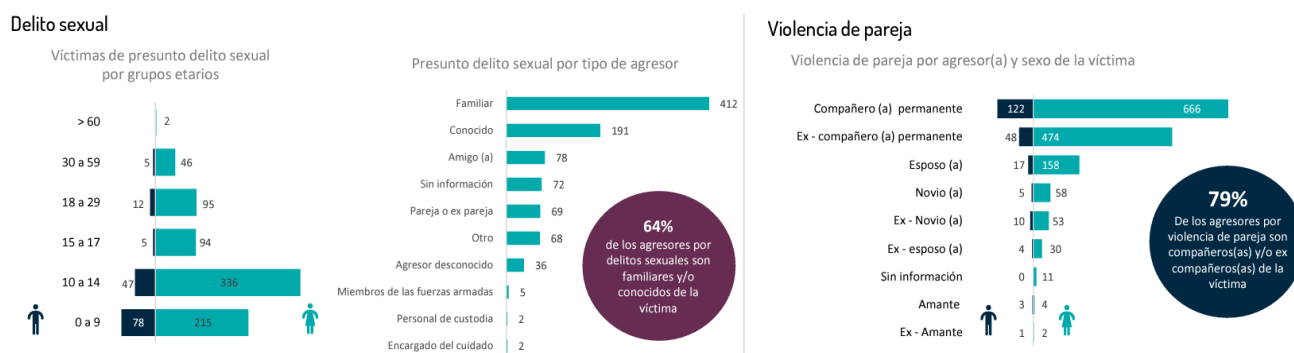
Introducción

La violencia basada en género (VBG) es una problemática global que afecta a personas de todas las edades, géneros y culturas. Aunque cualquier persona puede ser víctima de VBG, las mujeres y las niñas son las más afectadas. Esta violencia puede manifestarse de diversas formas, incluyendo intimidación física, sexual, psicológica y económica. La violencia basada en género es un problema complejo que afecta a millones de personas en todo el mundo (Mantler et al., 2022). Uno de los principales desafíos en la investigación de la VBG es cierta invisibilidad del fenómeno, que durante décadas ha sido una manifestación clara de la desigualdad y subordinación de las mujeres en la sociedad.

El estado del arte revela pocos estudios específicos que aborden la VBG en el contexto de mujeres emprendedoras de cooperativas. La literatura se centra en identificar la VBG desde la psicología (Yasegnal, 2023). Además, se estudia desde el enfoque de políticas públicas (Cruz-Triviño & García-Callejas, 2022; Saini & Spear, 2024; Yount et al., 2023). También existen análisis desde la perspectiva de riesgo (Kiss et al., 2012; Leddy et al., 2018; Nguefack-Tsague et al., 2024). Sin embargo, los estudios desde el emprendimiento son intrascendentes (Humbert et al., 2024; Storer et al., 2016). Así mismo, se encuentran estudios enfocados en la VBG en los roles de medios sociales (Okafor et al., 2023; Veronese et al., 2023; Watson, 2023).

Ahora bien, la VBG es un factor que afecta directamente la dignidad humana, ya que, como miembros de una sociedad, debemos reconocer y respetar la humanidad en los demás. Según el Grupo Interagencial sobre Flujos Migratorios Mixtos (GIFMM), durante el primer semestre del 2021, en el departamento de Antioquia-Colombia se reportaron 2607 casos de VBG de los cuales "935 son delitos sexuales de los cuales el 84 % del total de las víctimas son mujeres y se reportaron 1666 casos de violencia de pareja en el cual el 87 % del total de las víctimas son mujeres" (Grupo Interagencial sobre Flujos Migratorios Mixtos, 2021) (Ver Figura 1). De ahí que haya preocupación por la violencia en las relaciones entre adolescentes y jóvenes por no superar actitudes machistas.

Figura 1.
Violencia basada en género (VBG)–Antioquia (Colombia)



Nota. "Violencia basada en género (VBG)–Antioquia. GIFMM Antioquia I Enero-Junio 2021" Grupo Interagencial sobre Flujos Migratorios Mixtos, 2021. https://www.r4v.info/sites/g/files/tmzbd12426/files/2022-05/02_Infograf%C3%ADa_VBG_Departamento_enero_junio_2021_LG.pdf

Además, los estudios del Instituto Nacional de Salud de Colombia muestran que se presentó un aumento de VBG estimado en 25,0 % entre los años 2020 al 2023 (Ver Tabla 1). A su vez, Margarita Cabello, Procuradora General de la Nación (Niño, 2024) indicó que:

De acuerdo con los datos de Medicina Legal, más de 63982 mujeres sufrieron violencia intrafamiliar en 2023, de las cuales 49247 fueron víctimas de agresión por su género. Esto representa un 77 % de los casos de violencia motivados únicamente por la condición de ser mujer. Además, el 88 % de los exámenes por violencia sexual se realizaron a mujeres. (párr. 10)

La violencia de género se configura al no aceptar la igualdad de los seres humanos y se enfoca en la realidad de ser hombre o mujer. La Organización de las Naciones Unidas (ONU) manifiesta que no hay diversos tipos de género, sino una identidad de géneros.

Tabla 1.
Casos de violencia de género e intrafamiliar–Colombia

Año	Violencia física	Variación * %	Violencia Psicológica	Variación * %	Negligencia y abandono	Variación * %	Violencia Sexual	Variación * %	Casos (n)	Variación * %
2019	25872	23,3	4349	71,7	9262	13,2	12394	36,4	51877	28,7
2020	23842	33,8	3950	89,1	8224	27,5	10198	65,7	46214	44,4
2021	24666	29,3	4753	57,1	8188	28,0	10723	57,6	48330	38,1
2022	29310	8,8	6816	9,6	10146	3,3	15353	10,1	61625	8,3
2023	31889	—	7469	—	10484	—	16900	—	66742	—

Nota. "Informe de Evento Primer Semestre Violencia de Género e Intrafamiliar y Ataques con Agentes Químicos", González Sarmiento, N., 2023, Instituto Nacional de Salud. <https://www.ins.gov.co/buscador-eventos/informesdeevento/violencia%20de%20genero%20informe%20primer%20semestre%202023.pdf>

Por otra parte, la dificultad de la atención de la violencia basada en género en las instituciones privadas y públicas radica en la no coordinación en la atención y la infra-detección de datos para la adecuada intervención. Se presentan fallas que deben ser superadas por medio de una articulación de mecanismos y protocolos de coordinación entre los distintos servicios a atender por parte de las organizaciones y su personal. Frente a lo anterior, el propósito de esta indagación se centró en interpretar el fenómeno de la violencia basada en género (VBG) en emprendedoras desde las cooperativas, como elemento que puede contribuir a la innovación desde la gestión humana.

Marco teórico

Violencia basada en género

La Constitución de Colombia de 1991 promueve la igualdad. Así mismo, la Ley 1098 de 2006 expide el Código de Infancia y Adolescencia; además, la Ley 1257 de 2008 dicta las "normas de sensibilización, prevención y sanción de formas de violencia y discriminación contra las mujeres, se reforman el procedimiento penal" (Congreso de Colombia, 2008, párr. 1), se divulga "la Ley 294 de 1996 y se dictan otras disposiciones" (Congreso de Colombia, 2008, párr. 1). También se modifica el código penal colombiano bajo la Ley 1482 de 2011 y se incorpora el Modelo de atención integral en salud para víctimas de violencia sexual del Ministerio de la Protección Social (UNFPA), a su vez, se presenta la Ley 1761 de 2015 en la cual "se crea el tipo penal de feminicidio como delito autónomo y se dictan otras disposiciones" (Congreso de Colombia, 2015, párr. 1) y con el Decreto 410 de 2018 se

adiciona el Título 4 a la Parte 4 del Libro 2 del Decreto 1066 de 2015, Decreto Único Reglamentario del Sector Administrativo del Interior, sobre sectores sociales LGBTI y personas con orientaciones sexuales e identidades de género diversas, Capítulo 1 sobre prevención de la discriminación por razones de orientación sexual e identidad de género, mediante la promoción de la acción afirmativa. (Presidente de la República de Colombia, 2018, párr. 1)

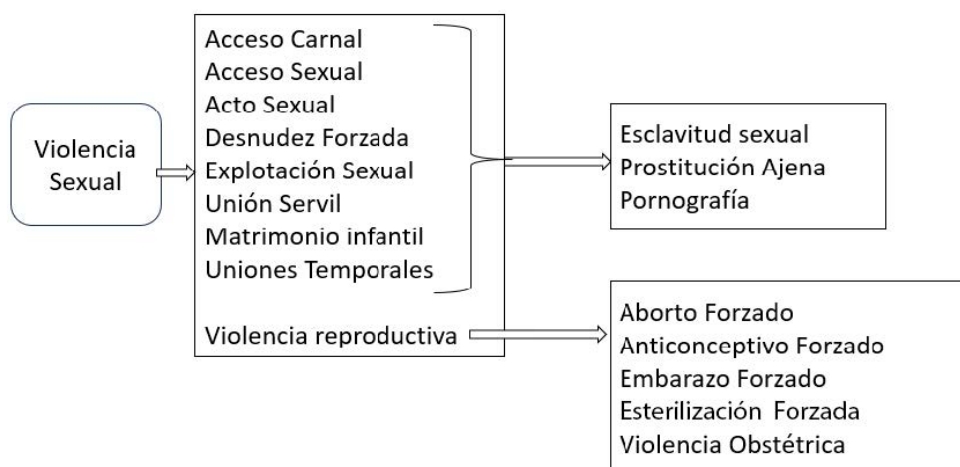
Lo anterior pone de manifiesto las normativas que hay en Colombia para proteger a las personas en igualdad de género, es decir, para evitar la violencia basada en género (VBG). Estas leyes y políticas son fundamentales para garantizar el respeto por los derechos humanos y promover una sociedad más justa y equitativa donde todos, sin

distinción de género, puedan vivir libres de violencia y discriminación. A través de estas normativas, se refuerza el compromiso del Estado y de la sociedad en general para construir un entorno seguro y respetuoso para todos los ciudadanos.

Ahora bien, se define la VBG como "cualquier acto de violencia que resulta en, o es probable que resulte en, daño físico, sexual o psicológico para una persona debido a su género" (Organización Mundial de la Salud, 2024). Es decir, que entre los tipos de VBG se incluyen: Violencia física, la cual involucra agresiones físicas que causan daño corporal; violencia sexual, la cual incluye violación, abuso sexual y acoso sexual; violencia psicológica, se refiere a actos que causan daño emocional y mental, como la intimidación, el acoso y la manipulación; y violencia económica, que implica controlar los recursos económicos de la víctima, limitando su acceso al dinero o a otras necesidades básicas. De acuerdo con esto, "el acoso contribuye a una cultura de violencia contra las mujeres fuera de línea" (Faith, 2022, p. 325). Según Goicolea et al. (2023), la VBG promueve el repensar los temas de género en la sociedad en una estructura de servicios sociales y de políticas públicas.

La tipificación conceptual y operativa del Sistema Integrado de Información sobre Violencias de Género (SIVIGE) dispone de diversas divisiones de la violencia de género. Así, la contextualización de la violencia sexual se subdivide en acceso carnal, acceso sexual, acto sexual, desnudez forzada, explotación sexual (esclavitud sexual, prostitución ajena y pornografía), unión servil y violencia reproductiva como: Aborto forzado, anticoncepción forzada, embarazo forzado, esterilización forzada y violencia obstétrica (ver Figura 2).

Figura 2.
Tipificación de violencia de género



La forma de prevenir la VBG se basa en comprender la diversidad de tipos de géneros (Garrido-Reina et al., 2022), esto lleva al ser humano a cuestionar la realidad de su género y no del entorno sexual (Bows et al., 2023; Caarten et al., 2022). Ahora bien, la violencia basada en género es compleja y multifacética (Kiss et al., 2012), es decir, mujeres de menores estratos socioeconómicos están sometidas a mayor violencia. En otras palabras, las expectativas tradicionales sobre los roles sociales y culturales afectan la aceptación de cambios de género y promueven la VBG (Kebede et al., 2023).

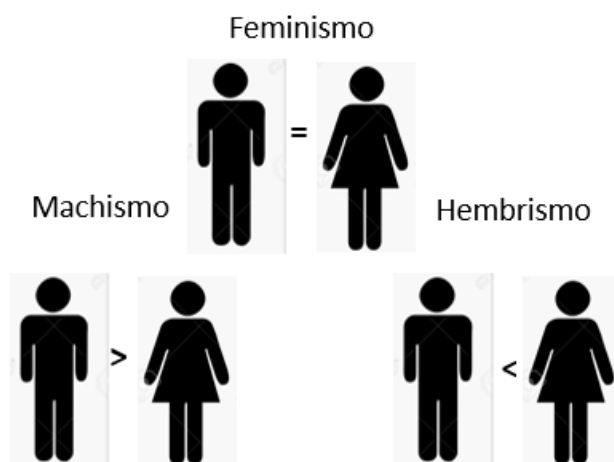
La desigualdad de género constituye otro factor de violencia, ya que limita al acceso de recursos, oportunidades y derechos de igualdad de la mujer (Ager et al., 2018). El control de la dependencia económica del hombre, basado en aspectos culturales, hace que las víctimas puedan sentirse incapaces de abandonar relaciones abusivas (Murray et al., 2023). A su vez, los conflictos armados y los desastres naturales promueven el aumento de la VBG por la generación del colapso de las estructuras sociales y de seguridad (Cristoffanini & Hernández, 2021).

Hay un imaginario sexista según el cual el hombre debe vestirse, hablar, realizar actividades de cierta forma; mientras que las mujeres deben tener un rol diferente al respecto, por ejemplo: Actuar y conversar en ciertos tonos, ser sumisas, llevar vestimenta de falda, tener cabello largo, uso de maquillajes, y así sucesivamente, pero que no van ligadas con los nuevos estereotipos de género (Cristoffanini & Hernández, 2021).

Masculinidad y feminismo

Desde otra óptica, se debe analizar la concepción de masculinidad y feminismo en la estructura sexista de la sociedad basada en una cultura ancestral. Es decir, la masculinidad se asocia con elementos de grandeza, mientras el enfoque de hembrismo tiene otra perspectiva (ver Figura 3). El conflicto de machismo se basa en que el hombre es mayor que la mujer; mientras que en el hembrismo la mujer está por encima del hombre; por ende, el feminismo busca la equidad entre hombre y mujeres.

Figura 3.
Denominación de feminismo



Las nuevas masculinidades surgen como una crítica a las formas tradicionales de ser hombre, frecuentemente asociadas con la violencia basada en género (VBG) (Casey et al., 2017; Wild, 2023). Este enfoque pretende redefinir la identidad masculina, promoviendo valores de igualdad, inclusión y no violencia (Wirtz et al., 2018). Implica un proceso de deconstrucción de la masculinidad hegemónica, cuestionando normas y comportamientos que perpetúan la desigualdad y la violencia de género.

Al incentivar la reflexión, y el cambio en las actitudes y prácticas de los hombres, las nuevas masculinidades se convierten en una herramienta valiosa para abordar la VBG, contribuyendo a la creación de relaciones equitativas y libres de violencia (Chen et al., 2024; Storer et al., 2016). Este cambio de paradigma no solo beneficia a las mujeres y niñas, sino que también brinda a los hombres la oportunidad de experimentar una masculinidad plena y saludable, liberada de las presiones y limitaciones del machismo.

Emprendimiento femenino

El emprendimiento femenino se caracteriza por el proyecto de avanzar en una sociedad enfocada al hombre para crear nuevas empresas o estilos de vida; sin embargo, Sidik y Marikan (2023) expusieron que el emprendimiento femenino no se ve necesariamente afectado por el nivel de ingresos y las brechas de género. No obstante, desde otro punto de vista, se argumenta que se requiere de una economía creativa abierta a solucionar los problemas de la comunidad desde la visión de las mujeres (Babović

& Kočović de Santo, 2023). Además, el emprendimiento femenino se impulsa en la capacidad de superar la ideología social (Duc et al., 2023). A su vez, se configura en oportunidad de desarrollo del emprendimiento sin afectar la relación matrimonial (Fard & Jikidze, 2024). Aun así, se detecta que posee diversas barreras para ejercer el objeto social de la organización como: Limitación al financiamiento, prejuicios de género, falta de apoyo en la familia, dificultad de conciliar la vida laboral con la familiar y obstáculos estructurales, culturales y normas legales (Choi, 2024; Naguib, 2024; Qu, 2024).

Ahora bien, el emprendimiento femenino se centra, asimismo, en la capacidad de creación, gestión y desarrollo de las empresas que están lideradas por mujeres. Esto es, implica una oportunidad de identificar el negocio, los riesgos y la creación creativa de soluciones. Además, se busca un equilibrio igualitario entre los géneros masculino y femenino, en el cual las capacidades de las mujeres aportan al entorno laboral que genera desarrollo económico, social e innovador (Alexeeva-Alexeev et al., 2025; Becsky-Nagy & Fazekas, 2025; Yang et al., 2025).

Metodología

La metodología empleada en esta investigación se fundamentó en el paradigma histórico-hermenéutico, con enfoque cualitativo (Cox, 2012) y con un método hermenéutico, es decir, interpretación de los textos, el cual se apoyó en la técnica de entrevistas grupales. La conversación en el foro con los participantes tuvo lugar durante el mes de junio de 2024, y estuvo basada en las siguientes preguntas: "¿Qué piensa acerca de las consecuencias que implican la integridad de las personas en el ámbito psicológico, físico, sexual patrimonial y los impactos de las VBG en la salud mental y emocional de quienes las experimentan?" y "¿si no hay ninguna base científica que justifique las desigualdades entre seres humanos, por qué existe aún desigualdad entre hombres y mujeres, y entre hombres y personas de sexos diversos?". Las entrevistas grupales del foro se dividieron en tres grupos: 1) solo hombres; 2) solo mujeres; y 3) hombres y mujeres, lesbiana, gay, bisexual, transgénero y queer (LGBTQ+) y no binarios. Se codificaron los sujetos con las iniciales de los nombres. Se analizaron los datos a partir de dos categorías: 1) contexto y consecuencias; y 2) desigualdad y emociones. Durante el foro participaron 120 personas, de las cuales 45 % eran mujeres, 24 % hombres, 12 % no binarios y 19 % LGBTQ+, con edades entre 18 y 25 años, que actualmente estaban estudiando una carrera técnica, tecnológica o profesional en una universidad pública de la ciudad de Medellín.

A los participantes se les expuso el consentimiento informado al momento de ingresar al foro. En este caso, el método hermenéutico está enfocado para profundizar en la comprensión de los fenómenos estudiados a través de la interpretación de los discursos y las interacciones que surgen dentro del grupo (Côté & Huebner, 2021). Al aplicar principios hermenéuticos, los investigadores pueden descifrar los significados subyacentes y las dinámicas sociales que no son inmediatamente evidentes. Además, desde las entrevistas grupales, la hermenéutica permite a los investigadores capturar la complejidad de las experiencias humanas y las perspectivas múltiples presentes en el diálogo colectivo porque exploran temas que son subjetivos y multifacéticos (DeLyser et al., 2013).

Resultados

La primera categoría, contexto y consecuencias, define la realidad de los sucesos patriarcales y machistas en la sociedad con un enfoque de destacamento social. De acuerdo con esto, el ser humano no debe ser analizado como hombre o mujer sino como persona, como lo expresó la emprendedora MIQA "es un contexto altamente erigido en el metarelato cultural, patriarcal". A su vez, CAEG manifestó que "nuestra cultura, machista y patriarcal, se ha dedicado a inculcar una idea, desde muy temprano en la infancia". Lo antepuesto permite valorar que desde la educación primaria y secundaria se orienta el desarrollo de la personalidad con enfoques. Además, el ser humano debe tener formación para reconocer los tipos de paradigmas sexuales y de género, más aún cuando se es emprendedor (Bansal et al., 2023; Wirtz et al., 2016).

Además, JSCC dijo "la integridad personal es un concepto fundamental que abarca la coherencia entre nuestros valores, acciones y palabras". Es así como la persona desarrolla su ser en búsqueda de comprensión de los demás, empezando por él mismo (Das, 2022; Michelis et al., 2024). También, FLSM expresó "generar a partir del yo silencioso". Según esto, cuando se es emprendedor, se debe aprender a respetar a los demás y apoyarlos para comprender y superar algunas condiciones de la sociedad desde la cultura misma de nuestros antepasados. La VBG no se reduce a la apariencia del ser humano, es romper los paradigmas predefinidos culturalmente y cuando se es emprendedora de cooperativa, permite abarcar la capacidad holística del humano en sus diversas etapas de desarrollo (Vu et al., 2016).

Las consecuencias sociales en relación con la no aceptación de los cambios en la percepción de la VBG, trastornan la ideología de acercamiento al no comprender al otro desde su ser, en este caso como emprendedoras de cooperativas. Por ejemplo: JCQP se refirió a los “efectos devastadores en las víctimas, afectando su bienestar psicológico, físico, sexual, patrimonial y emocional”. Asimismo, ACU dijo “son devastadoras y de gran alcance, afectando la integridad física, psicológica, sexual y patrimonial de las víctimas, con impactos severos en su salud mental y emocional”.

Hay efectos negativos, como lo dijo CAEG “las VBG afectan de manera clara, no solamente la salud mental y emocional, sino también aspectos relacionados con la educación y el trabajo”. Pero se pueden aportar cambios, como lo sostuvo LHBN “reafirmando la importancia de políticas y programas efectivos para brindar apoyo completo a las víctimas y combatir la VBG”. Sin embargo, MEGG señaló “es importante hablar de estos temas y apoyar a quienes los experimentan, creando un ambiente seguro y respetuoso para todos”.

El ser humano emprendedor debe vislumbrar al sujeto como es y no analizarlo como un objeto desfigurado. Esto conlleva a una transformación del pensamiento para no generar violencia hacia emprendedoras de cooperativas y que se les considere como seres humanos (Bencomo et al., 2022; Dowds, 2019; Mootz et al., 2019). De este modo lo expresa la emprendedora ADLU:

En el transcurso de los tiempos se han ido normalizando culturalmente estas conductas, es por esto que sería de gran relevancia impartir una reflexión y disminución de actos abusivos debido a que estos pueden causar grandes daños en la salud mental de las personas, desde depresiones, ansiedad, estrés postraumático, entre otros.

Ahorabien, hay situaciones donde el ser humano no comprende su propia naturaleza, lo cual puede llevar a la propia destrucción del ser al acometer contra otra persona, por ello, es que se deben establecer políticas (Knezevic et al., 2022). Al respecto, JALG dijo “la violencia basada en género (VBG), y cuando además se usa la tecnología, causa graves efectos en diversos aspectos de la vida de las víctimas, incluyendo el psicológico, físico, sexual, patrimonial, y en la salud mental y emocional”. Por esto, las intervenciones en tecnología en los espacios para la conversación aportan a enseñar valores apoyados en tecnología (Bansal et al., 2023; Shelton et al., 2021). Por su parte, FLSM expresó que es de gran relevancia “generar espacios de diálogos neutrales generando reflexiones de apropiación y disminución de actos abusivos conmigo”. Dichos espacios pueden ser un grito de esperanza (Chan, 2023; Faith, 2022), en los cuales se apalancan los seres humanos para identificar que son diferentes, pero al mismo tiempo iguales.

El análisis de la segunda categoría, desigualdad y emociones, destaca que las emociones en las emprendedoras de cooperativas son afectadas por diversas fuentes (psicológicas, económicas, estrés, post violencia, actitudinal, y así sucesivamente) que frenan el libre desarrollo de la personalidad. FLSM dijo “es importante interiorizar e identificar nuestras características de identidad frente a mi yo participativo con relación al otro”. De esta manera, si se reconoce primero a sí mismo conlleva a convencer a los demás que se es diferente, pero igual en el contexto del ser humano y no por un señalamiento de género/sexual (hombre o mujer). Es decir, no es solo machismo ni hembrismo, sino feminismo, que es la búsqueda de la igualdad (Garrido-Reina et al., 2022; Lange & Young, 2019; Larance et al., 2019). CAEG expresó “el aspecto físico, una agresión extremadamente violenta, puede llegar a generar consecuencias lamentables y en muchos casos irreparables, o incluso la muerte misma”. En otras palabras, la VBG afecta la realidad del humano ante los demás, conlleva a la destrucción de su ser (Al-Ali, 2019; Carbo et al., 2020).

En tal contexto, MIQA emitió las siguientes expresiones “bullying, suicidio, trastornos mentales y baja autoestima”. Es así como se detectaron diversas palabras en forma negativa por tener un género diverso al intentar cambiar la percepción de macho y hembra por un elemento de igualdad. Por su parte, JJCv subrayó:

Las consecuencias son muy fuertes y difíciles de superar por lo que se requiere acompañamiento psicológico y familiar, dados los daños colaterales en la autoestima, la confianza y seguridad. La salud mental es importante en la medida del reconocimiento personal y tener la capacidad de tomar decisiones frente a las VBG.

Hay una muerte en vida como lo expresó ACU: “La muerte a nivel psicológico ... ansiedad, depresión, trastorno de estrés”. En ese mismo sentido NFEG dijo: “Es necesario una intervención para reducir los niveles de ansiedad y el miedo particularmente”. Lo anterior expone que la VBG tiene efectos negativos en los seres humanos por no aceptar a los demás tal y como son. En otras palabras, la VBG transforma la ideología machista y el hembrismo hacia el feminismo como ecuación de igualdad (Barbour, 2022; Bradby et al., 2023; Potts et al., 2022).

Ahora bien, para la interpretación de la VBG en los contextos de las emprendedoras de cooperativas, desde la realidad de las organizaciones, se detecta que la existencia y el reconocimiento de las personas de diversos géneros no amenaza la heterosexualidad ni el modelo tradicional de familia. La identidad de género no binaria es una expresión de la diversidad humana y su reconocimiento no implica la eliminación de otras identidades o modelos familiares existentes. Ahora bien, en el emprendimiento femenino

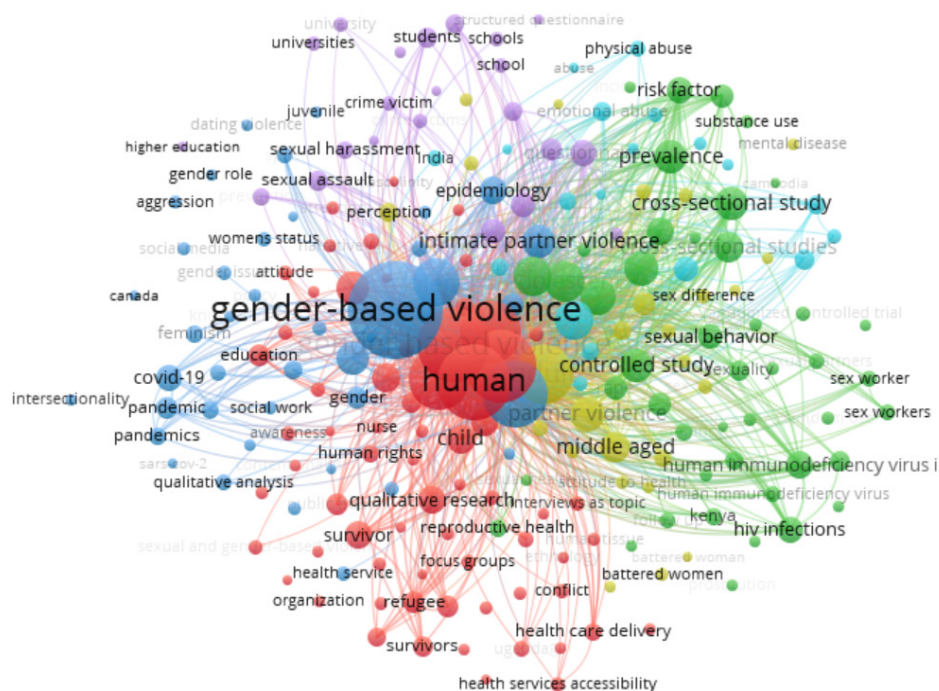
se configura un proceso de rompimiento de paradigmas que transforman culturas e ideologías sociales y económicas. A su vez, aporta a romper barreras al interactuar con entidades que aportan al emprendimiento y al desarrollo de las organizaciones al explicar y capacitar al personal en temas de VBG.

La violencia basada en género (VBG) que enfrentan numerosas mujeres emprendedoras en el contexto de las cooperativas constituye un elemento estructural que limita su autonomía económica y dificulta la consolidación de iniciativas productivas sostenibles. Este fenómeno se manifiesta en desigualdades en el acceso a recursos, en la invisibilidad del liderazgo femenino, en la sobrecarga de trabajo de cuidado no remunerado y en prácticas discriminatorias que inciden tanto en los procesos de toma de decisiones como en el desempeño organizacional.

Desde la perspectiva del emprendimiento femenino, la violencia de género no solo implica una vulneración de derechos fundamentales, sino que representa un obstáculo directo para la innovación, la competitividad y la participación equitativa dentro de las cooperativas. Identificar y abordar estas dinámicas resulta esencial para fortalecer entornos más seguros, favorecer la autonomía económica de las mujeres y promover modelos de gestión que garanticen inclusión, equidad y justicia social.

Las personas de diversos géneros buscan el reconocimiento y la inclusión, no la sustitución de otras identidades o estructuras familiares. La VBG se fundamenta en definir al humano en su contexto desde la niñez. Así pues, enseñar el concepto de sexualidad y reproducción en ambientes saludables es una necesidad en los servicios de salud, con la cual se aprenda a escuchar y a educar para enfrentar los conflictos, entre otros problemas sociales (ver Figura 4). Desde otro punto de vista, se debe aprender a analizar la realidad de las consecuencias negativas de la percepción humana, los efectos de la violencia, entender al victimario, percibir los actos de violencia, desde la familia y la escuela, con el apoyo de la sociedad: universidades, empresas y organizaciones, y así sucesivamente.

Figura 4.



El reconocimiento de diversas identidades se basa en la libertad y el derecho, en este caso para que las emprendedoras de cooperativas puedan definir su propia identidad de género. Esto no interfiere con la identidad de género o la orientación sexual de otras personas, incluidas las que se identifican como heterosexuales o que viven en modelos de familia tradicionales. Reconocer y aceptar las diversas identidades contribuye a una sociedad más inclusiva y equitativa, donde todos tienen el derecho de vivir auténticamente. La VBG se configura en el ser humano debido a la incompreensión del humano en sus facetas de desarrollo y puede afectar significativamente a las emprendedoras de cooperativas entre otros grupos poblacionales.

Algunas emprendedoras de cooperativas pueden enfrentar desafíos únicos como abuso físico, verbal, emocional y acoso sexual, que impactan su bienestar personal y sus negocios. La coerción económica limita su autonomía financiera y su capacidad de tomar decisiones. A pesar de estos obstáculos, muchas demuestran resiliencia y contribuyen al crecimiento económico y a la generación de empleo, promoviendo la igualdad de género y el empoderamiento de otras mujeres. Por lo cual, es esencial reconocer y abordar estas realidades para crear un entorno empresarial seguro e inclusivo que permita a las emprendedoras de cooperativas prosperar sin miedo a la violencia.

El cambio hacia la aceptación de la diversidad de género comienza por sí mismo y en la tolerancia de igualdad ante los demás. Es así que el ser humano transforma un paradigma de su ser en la percepción de otro con iguales condiciones. El feminismo busca la igualdad de género y no la construcción de un ser humano basado en estereotipos culturales. La oportunidad del cambio comienza desde sí mismo ante los demás.

Conclusiones

La violencia basada en género (VBG) es una violación a los derechos humanos que requiere una respuesta global y coordinada. La prevención y erradicación de la VBG no solo beneficia a las víctimas directas, sino que también contribuye a la creación de sociedades justas y equitativas. Es fundamental continuar investigando, educando y desarrollando políticas efectivas para combatir esta forma de violencia, asegurando que todas las personas, independientemente de su género, puedan vivir sin miedo a la violencia. Las comunidades deben estar equipadas para reconocer y responder a la VBG creando redes de apoyo que faciliten la aceptación de la diversidad de género, y dando un vuelco a la concepción de masculinidad.

Entre los efectos negativos identificados en la comprensión de la VBG en emprendedoras de cooperativas se destacan: golpes, control económico, abuso, explotación, baja autoestima, rechazo, suicidio, miedo, intranquilidad, muerte y no deseo de vida. Sin embargo, y desde otra óptica, las personas conocen la normatividad, sus efectos ante la ley, la aplicación y sus consecuencias. Empero, aún no hay sanción como lo establece la política; pues todavía existe un arraigo cultural sobre el género, y sobre los estereotipos, además de las condiciones del ser humano. Es esencial que las leyes sean aplicadas de manera efectiva y que el sistema judicial esté capacitado para tratar los casos de VBG con la sensibilidad y conocimiento que se requiere.

La comprensión de la violencia basada en género (VBG) en emprendedoras de cooperativas se refiere a cualquier acto de violencia que resulte en daño o sufrimiento físico, sexual o psicológico a una persona debido a su género. Incluye amenazas de violencia, coerción y privación arbitraria de la libertad, ya sea que ocurra en la vida pública o privada. Una nueva alternativa para abordar la VBG, implica un enfoque integral que no solo se centre en las víctimas, sino que también busque transformar las normas culturales y sociales que perpetúan la desigualdad de género y la violencia. Esto requiere educación y sensibilización desde una edad temprana que promueva

relaciones saludables y respetuosas. La VBG es un problema estructural desde la concepción del ser humano. La alternativa se basa en aceptar al otro como persona y no como alguien sujeto a las condiciones fisiológicas.

La comprensión de la VBG en emprendedoras de cooperativas y la búsqueda de nuevas alternativas para su erradicación es un proceso multifacético que requiere un enfoque holístico y colaborativo. Solo a través de la educación, la legislación, la participación comunitaria, la tecnología, la inclusión de todos los géneros y la investigación continua, se puede generar un cambio significativo y duradero.

La violencia basada en género (VBG), en el contexto de las emprendedoras de cooperativas, se manifiesta de diversas maneras, como la discriminación en el acceso a recursos y oportunidades. Es crucial fomentar un ambiente empresarial que promueva la igualdad y rechace cualquier forma de VBG. Los emprendedores tienen la responsabilidad de liderar con el ejemplo, estableciendo políticas claras y mecanismos de denuncia que protejan a todos los involucrados. Además, pueden ser agentes de cambio al apoyar iniciativas que empoderen a las mujeres, a los hombres, y a personas no binarias, entre otros, y que promuevan la diversidad en el mundo de los negocios.

Los emprendedores pueden crear un entorno seguro y libre de violencia basada en género (VBG), implementando diversas prácticas y políticas de tolerancia cero, que incluyan el acoso sexual y la discriminación. Además, proporcionar formación regular sobre igualdad de género y prevención de la VBG a todos los empleados, incluyendo la alta dirección; pero al mismo tiempo crear canales seguros y confidenciales para que las víctimas de VBG puedan reportar incidentes sin temor a represalias. También, ofrecer recursos como asesoramiento y apoyo legal a las víctimas de VBG dentro de las organizaciones, posibilitando un liderazgo inclusivo en un ambiente de trabajo basado en el respeto mutuo y la dignidad de todas las personas.

Se recomienda enseñar en diversos espacios la normatividad colombiana sobre VBG y un contexto de valores sobre el tópico, es decir, educar sobre la prevención de la problemática por fuera de las aulas. Así mismo, demostrar que la sociedad ha cambiado su percepción sobre el tema de la VBG. Así como involucrar a los hombres en la prevención de la violencia basada en género (VBG), que es crucial para lograr un cambio cultural y social significativo.

Algunas estrategias para fomentar la aceptación de género y reducir la VBG en emprendedoras de cooperativas son: ofrecer talleres y programas educativos (adaptados a diferentes edades y contextos culturales) que aborden temas como la igualdad de género, el respeto mutuo y las consecuencias negativas de la VBG para la inclusión. Además, promover figuras masculinas públicas, como líderes comunitarios,

deportistas y celebridades, que aboguen por la igualdad de género y rechacen la VBG. También, estrategias para crear espacios seguros donde los hombres puedan hablar abiertamente sobre masculinidad, emociones y VBG, y a su vez, implementar programas que se enfoquen en jóvenes y adolescentes para enseñarles sobre el consentimiento y las relaciones saludables desde una edad temprana.

Se recomienda realizar futuras investigaciones desde la óptica de VBG que involucren a docentes, estudiantes y administrativos, desde el conocimiento de la realidad del problema y los aportes que definen la posible solución. Además, aplicar el instrumento con las preguntas dadas desde los organismos del Estado y las diversas ONG. A su vez, indagar por la VBG en zonas rurales, es decir, zonas alejadas de las ciudades capitalinas para conocer la realidad de las mujeres y hombres afectados por esta problemática.

Referencias

- Ager, A., Bancroft, C., Berger, E., & Stark, L. (2018). Local constructions of gender-based violence amongst IDPs in northern Uganda: analysis of archival data collected using a gender-and age-segmented participatory ranking methodology [Construcciones locales de la violencia basada en género entre desplazados internos en el norte de Uganda: análisis de datos de archivos recopilados mediante una metodología de clasificación participativa segmentada por género y edad]. *Conflict And Health*, 12, 1-10. <https://doi.org/10.1186/s13031-018-0140-6>
- Alexeeva-Alexeev, I., Guaita-Fernández, P., & Mazas Pérez-Oleaga, C. (2025). Cross-country analysis of sustainable innovation and female entrepreneurship and their influence on the presence of women in managerial positions [Análisis transnacional de la innovación sostenible y el emprendimiento femenino y su influencia en la presencia de las mujeres en puestos directivos]. *Sustainable Technology and Entrepreneurship*, 4(2), 1-16. <https://doi.org/10.1016/j.stae.2025.100102>
- Al-Ali, N. (2019). Feminist dilemmas: how to talk about gender-based violence in relation to the Middle East? [Dilemas feministas: ¿cómo hablar sobre la violencia basada en género en Medio Oriente?]. *Feminist Review*, 122(1), 16-31. <https://doi.org/10.1177/0141778919849525>

- Babović, D., & Kočović de Santo, M. (2023). Female Entrepreneurship in the Creative Economy [El emprendimiento femenino en la economía creativa]. *Journal of Women's Entrepreneurship and Education*, 2023, 109-127. <https://doi.org/10.28934/jwee23.pp109-127>
- Bansal, V., Leasure, E., Roth, C., Rezwan, M., Iyer, M., Pal, P., & Hinson, L. (2023). Help-seeking behaviours of those experiencing technology-facilitated GBV in Asia: implications for policy and programming [Comportamientos de búsqueda de ayuda de quienes sufren violencia de género facilitada por la tecnología en Asia: implicaciones para las políticas y la programación]. *Journal of Gender-Based Violence*, 7(2), 352-363. <https://doi.org/10.1332/239868021X16697232129517>
- Barbour, C. (2022). Of monsters and women: Feminist response to gender-based violence in Galician noir [De monstruos y mujeres: respuesta feminista a la violencia basada en género en el cine negro gallego]. *International Journal of Iberian Studies*, 35(3), 271-291. https://doi.org/10.1386/ijis_00082_1
- Becky-Nagy, P., & Fazekas, B. (2025). What do women want?—role of higher education in shaping female entrepreneurship [¿Qué quieren las mujeres? El rol de la educación superior en la formación del emprendimiento femenino]. *Területi Statisztika*, 15(2), 208-233. <https://doi.org/10.15196/RS150202>
- Bencomo, C., Battistini, E., & McGovern, T. (2022). Gender-Based Violence Is a Human Rights Violation: Are Donors Responding Adequately? What a Decade of Donor Interventions in Colombia, Kenya, and Uganda Reveals [¿Es la violencia basada en género una violación de los derechos humanos?: ¿Responden los donantes adecuadamente? Lo que una década de intervenciones de donantes revela]. *Health and Human Rights*, 24(2), 29-46.
- Bows, H., King, H., & Measham, F. (2023). Perceptions of safety and experiences of gender-based violence at UK music festivals [Percepciones de la seguridad y experiencias de la violencia basada en género en Festivales musicales en Ucrania]. *Journal of Gender-Based Violence*, 7(1), 74-92. <https://doi.org/10.1332/239868021X16439111624553>
- Bradby, H., Papoutsis, A., Hourani, J., Akyuz, S., & Phillimore, J. (2023). Something is (still) missing? Feminist services for forced migrants surviving sexual and gender-based violence in Sweden, Australia, Turkey and the United Kingdom [¿Algo falta (aún)? Servicios feministas para migrantes forzadas sobrevivientes de la violencia sexual y basada en género en Suecia, Australia, Turquía y Reino Unido]. *Womens Studies International Forum*, 98, 1-6. <https://doi.org/10.1016/j.wsif.2023.102697>

- Caarten, A. B., van Heugten, L., & Merkle, O. (2022). The intersection of corruption and gender-based violence: Examining the gendered experiences of sextortion during migration to South Africa [La intersección de la corrupción y la violencia basada en género: examen de las experiencias de género de la extorsión sexual durante la migración a Sudáfrica]. *African Journal of Reproductive Health*, 26(6), 45-54. https://hdl.handle.net/10520/ejc-ajrh_v26_n6_a6
- Carbo, P. A., Cubells, J., Penaranda, M. C., & Martínez, L. M. (2020). A Feminist Law Meets an Androcentric Criminal Justice System: Gender-Based Violence in Spain [Una ley feminista se enfrenta a un sistema penal androcéntrico: Violencia basada en género en España]. *Feminist Criminology*, 15(1), 70-96. <https://doi.org/10.1177/1557085118789774>
- Casey, E. A., Leek, C., Tolman, R. M., Allen, C. T., & Carlson, J. M. (2017). Getting men in the room: perceptions of effective strategies to initiate men's involvement in gender-based violence prevention in a global sample [Meter a los hombres en la discusión: percepciones de estrategias efectivas para iniciar la participación de los hombres en la prevención de la violencia de género en una muestra global]. *Culture Health & Sexuality*, 19(9), 979-995. <https://doi.org/10.1080/13691058.2017.1281438>
- Chan, E. (2023). Technology-Facilitated Gender-Based Violence, Hate Speech, and Terrorism: A Risk Assessment on the Rise of the Incel Rebellion in Canada [Tecnología como facilitadora de la violencia basada en género, el discurso de odio y el terrorismo: una evaluación de riesgos ante el auge de la rebelión de Incel en Canadá]. *Violence Against Women*, 29(9), 1687-1718. <https://doi.org/10.1177/10778012221125495>
- Chen, Y. M., Mendes, K., Gosse, C., Hodson, J., & Veletsianos, G. (2024). Canadian Gender-Based Violence Prevention Programs: Gaps and Opportunities [Programas de prevención de la Violencia basada en género en Canadá: brechas y oportunidades]. *Violence Against Women*, 31(10), 2682-2704. <https://doi.org/10.1177/10778012241259727>
- Choi, Y. (2024). The Impact of Social Liberalization on Female Entrepreneurship [El impacto de la liberación social en el emprendimiento femenino]. *Journal of Small Business Strategy*, 34(2), 118-132. <https://doi.org/10.53703/001c.117669>
- Côté, J.-F., & Huebner, D. R. (2021). Pragmatism and/or vs Hermeneutics? [¿El pragmatismo y/o contra la hermenéutica?]. *American Sociologist*, 52(4), 667-670. <https://doi.org/10.1007/s12108-021-09522-z>

- Cox, R. D. (2012). Teaching Qualitative Research to Practitioner-Researchers [Enseñar investigación cualitativa a investigadores practicantes]. *Theory into Practice*, 51(2), 129-136. <https://doi.org/10.1080/00405841.2012.662868>
- Cristoffanini, M. T., & Hernández, P. C. (2021). Violencia de género: prevalencia, imaginarios sexistas, y mitos en la juventud universitaria. *Apuntes-Revista de Ciencias Sociales*, 48(88), 35-55. <https://doi.org/10.21678/apuntes.88.1316>
- Cruz-Triviño, I. L., & García-Callejas, V. C. (2022). Comparativo de protocolos de atención a mujeres víctimas de violencia basada en género. "De la política pública a la realidad" *Revista Criminalidad*, 64(1), 9-33.
- Das, N. (2022). Domestic Violence & Women's Human Rights [Violencia doméstica y derechos humanos de las mujeres]. *International Journal of Early Childhood Special Education*, 14(3), 2580-2582. <https://doi.org/10.9756/INT-JECSE/V14I3.311>
- DeLyser, D., Potter, A. E., Chaney, J., Crider, S., Debnam, I., Hanks, G., Hotard, C. D., Modlin, E. A., Pfeiffer, M., & Seemann, J. (2013). Teaching Qualitative Research: Experiential Learning in Group-Based Interviews and Coding Assignments [Enseñar investigación cualitativa: aprendizaje experiencial basado en entrevistas en grupo y tareas de codificación]. *Journal of Geography*, 112(1), 18-28. <https://doi.org/10.1080/00221341.2012.674546>
- Dowds, E. (2019). Children Born of Sexual and Gender-Based Violence in Conflict: The International Criminal Court, Ecological Environments and Human Development [Niños nacidos de Violencia sexual y basada en género en conflicto: La Corte Penal internacional, los entornos ecológicos y el desarrollo humano]. *Children & Society*, 33(3), 226-238. <https://doi.org/10.1111/chso.12329>
- Duc, P. M., Binh, L. D., Nhi, N. T., Trang, D. T. K., & Anh, D. N. (2023). Gender Responsiveness in District and Department Competitiveness Index for Female Entrepreneurship: A Comparative Study in Two Mountainous Provinces of Vietnam [Sensibilidad de género en el índice de la competitividad distrital y departamental para el emprendimiento femenino: un estudio comparativo en dos provincias montañosas de Vietnam]. *Revista de Gestao Social e Ambiental*, 17(5), 1-22. <https://doi.org/10.24857/rgsa.v17n5-019>

- Faith, B. (2022). Tackling online gender-based violence; understanding gender, development, and the power relations of digital spaces [Abordar la violencia de género en línea: comprender el género, el desarrollo y las relaciones de poder de los espacios digitales]. *Gender Technology & Development*, 26(3), 325-340. <https://doi.org/10.1080/09718524.2022.2124600>
- Fard, H. M., & Jikidze, E. (2024). Exploring the interplay between female entrepreneurship and marriage: Insights through bibliometric analysis [Explorar la interacción entre el emprendimiento femenino y el matrimonio: perspectivas a través del análisis bibliométrico]. *Edelweiss Applied Science and Technology*, 8(6), 4158-4179. <https://doi.org/10.55214/25768484.v8i6.2910>
- Garrido-Reina, P., González-Portillo, A., & Ruiz-Ballesteros, E. (2022). Hacia una Intervención Social Feminista en el contexto de las violencias machistas. *Prisma Social*, (38), 201-220.
- Goicolea, I., Baeckstroem, H., Lauri, M., Carbin, M., & Linander, I. (2023). Daring to ask about violence? A critical examination of social services' policies on asking about gender-based violence [¿Atreverse a preguntar sobre la violencia? En examen crítico de las políticas de los servicios sociales sobre la violencia de género]. *Journal of Gender-Based Violence*, 7(3), 467-482. <https://doi.org/10.1332/239868021X16903817520612>
- González Sarmiento, N. D. (2023). *Informe de Evento Primer Semestre Violencia de Género e Intrafamiliar y Ataques con Agentes Químicos, 2023*. Instituto Nacional de Salud. <https://www.ins.gov.co/buscador-eventos/informesdeevento/violencia%20de%20genero%20informe%20primer%20semestre%202023.pdf>
- Grupo Interagencial sobre Flujos Migratorios Mixtos. (2021). *Violencia Basada en Género (VBG)-Antioquia* GIFMM Antioquia I Enero-Junio 2021. https://www.r4v.info/sites/g/files/tmzbd12426/files/2022-05/02_Infograf%C3%ADa_VBG_Departamental_enero_junio_2021_LG.pdf
- Humbert, A. L., Strid, S., Tanwar, J., Lipinsky, A., & Schredl, C. (2025). The Role of Intersectionality and Context in Measuring Gender-Based Violence in Universities and Research-Performing Organizations in Europe for the Development of Inclusive Structural Interventions [El rol de la interseccionalidad y el contexto en la medición de la violencia basada en género en universidades y organizaciones investigadoras en Europa para el desarrollo de intervenciones estructurales inclusivas]. *Violence Against Women*, 31(6-7), 1688-1711. <https://doi.org/10.1177/10778012241231773>

- Kebede, A., Setegne, M., Kniss, J., Garfinkel, D., Veldman, L., Adinew, Y., Aguilera, A., Golwalkar, R., Kassaw, J., & O'Connell, K. A. (2023). Prevalence and perceptions of gender-based violence, and factors associated with gender-based violence among adolescents in Addis Ababa, Ethiopia: A Cross-sectional study [Prevalencia y percepciones de la violencia basada en género y factores asociados con violencia basada en género entre adolescentes en Adís Abeba, Etiopía: un estudio transversal]. *African Journal of Reproductive Health*, 27(9), 31-42. <https://doi.org/10.29063/ajrh2023/v27i9.4>
- Kiss, L., Schraiber, L. B., Heise, L., Zimmerman, C., Gouveia, N., & Watts, C. (2012). Gender-based violence and socioeconomic inequalities: Does living in more deprived neighbourhoods increase women's risk of intimate partner violence? [Violencia basada en género y desigualdades socioeconómicas: ¿Vivir en barrios más desfavorecidos aumenta el riesgo de que las mujeres sufran violencia de pareja?] *Social Science & Medicine*, 74(8), 1172-1179. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2011.11.033>
- Knezevic, Z., Nikupeteri, A., Laitinen, M., & Kallinen, K. (2022). Gender- and power sensitivity, securitisation and social peace: rethinking protection for children exposed to post-separation violence [Sensibilidad de género y poder, securitización y paz social: repensar la protección de los niños expuestos a violencia postseparación]. *Journal of Gender-Based Violence*, 6(1), 99-114. <https://doi.org/10.1332/239868021X16212648592069>
- Lange, E., & Young, S. S. (2019). Gender-based violence as difficult knowledge: pedagogies for rebalancing the masculine and the feminine [Violencia basada en género como dificultad de conocimiento: pedagogías para equilibrar lo masculino y lo femenino]. *International Journal of Lifelong Education*, 38(3), 301-326. <https://doi.org/10.1080/02601370.2019.1597932>
- Larance, L. Y., Armstrong, E. A., Munro-Kramer, M., Sheridan-Fulton, E., Kusunoki, Y., Ngo, Q., Fincher, S., & Denson, N. (2019). Feminist Praxis: The Michigan Meeting on Ending Gender-Based Violence [Praxis feminista: La reunión en Michigan para acabar con la violencia basada en género]. *Affilia-Feminist Inquiry in Social Work*, 34(3), 383-392. <https://doi.org/10.1177/0886109919836096>
- Leddy, A. M., Underwood, C., Decker, M. R., Mbwapbo, J., Likindikoki, S., Galai, N., & Kerrigan, D. (2018). Adapting the Risk Environment Framework to Understand Substance Use, Gender-Based Violence, and HIV Risk Behaviors Among Female Sex Workers in Tanzania [Adaptación del marco de entorno de riesgo para comprender el

uso de sustancias, la violencia de género y las conductas de riesgo de VIH entre las trabajadoras sexuales en Tanzania]. *Aids and Behavior*, 22(10), 3296-3306. <https://doi.org/10.1007/s10461-018-2156-8>

Congreso de Colombia. (2008). *Ley 1257 de 2008. Por la cual se dictan normas de sensibilización, prevención y sanción de formas de violencia y discriminación contra las mujeres, se reforman los Códigos Penal, de Procedimiento Penal, la Ley 294 de 1996 y se dictan otras disposiciones*. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=34054>

Congreso de Colombia. (2015). *Ley 1761 de 2015. Por la cual se crea el tipo penal de feminicidio como delito autónomo y se dictan otras disposiciones*. http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1761_2015.html

Mantler, T., Burd, C., MacGregor, J. C. D., Veenendaal, J., McLean, I., & Wathen, C. N. (2022). "There's no amount of tea in the world that is going to fix the patriarchy right now": The gendered impacts of the COVID-19 pandemic for women in the gender-based violence sector ["No hay cantidad de té en el mundo que pueda arreglar el patriarcado en este momento": Los impactos de género de la pandemia de COVID-19 para las mujeres en el sector de la violencia de género]. *SSM-Qualitative Research in Health*, 2, 1-9. <https://doi.org/10.1016/j.ssmqr.2022.100175>

Michelis, I., Makepeace, J., & Reis, C. (2024). Who is Centered in the Humanitarian Response to Gender-Based Violence? A Critical Discourse Analysis of the Survivor-Centered Approach [¿Quién está centrado en la respuesta humanitaria a la violencia basada en género? Un análisis crítico del discurso del enfoque centrado en la persona sobreviviente]. *Violence Against Women*, 31(6-7), 1514-1535. <https://doi.org/10.1177/10778012241231783>

Mootz, J. J., Taylor, L., Wainberg, M. L., & Khoshnood, K. (2019). Ethical Considerations for Disseminating Research Findings on Gender-Based Violence, Armed Conflict, and Mental Health: A Case Study from Rural Uganda [Consideraciones éticas para la difusión de los resultados de investigaciones sobre la violencia basada en género, conflicto armado y salud mental: un caso de estudio de la Uganda rural]. *Health and Human Rights*, 21(1), 81-92. <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC6586961/>

Murray, L., Moriarty, J., Holt, A., Lewis, S., & Parks, M. (2023). Trans/feminist collaborative autoethnographic storytelling of gender-based violence, during the COVID-19 pandemic [Narrativa autoetnográfica colaborativa trans/feminista de la violencia basada en género durante la pandemia del COVID-19]. *Journal of Gender-Based Violence*, 7(3), 399-413. <https://doi.org/10.1332/239868021X16686970496180>

- Naguib, R. (2024). Motivations and Barriers to Female Entrepreneurship: Insights from Morocco [Barreras y motivaciones del emprendimiento femenino: perspectivas desde Marruecos]. *Journal of African Business*, 25(1), 9-36. <https://doi.org/10.1080/15228916.2022.2053400>
- Nguefack-Tsague, G., Amani, A., Dadjie, V. D., Koyalta, D., Carole, D. N., Dissak-Delon, F. N., Cheuyem, F. Z. L., Dongmo, G. P. L., Anastasie, C. M., Mviena, J. L. M., Kibu, O., Ngoufack, M. N., Sida, M. B., Juillard, C., & Chichom-Mefire, A. (2024). Gender-based violence and its health risks on women in Yaounde, Cameroon [Violencia basada en género y sus riesgos para la salud en mujeres en Yaoundé, Camerún]. *Archives of Public Health*, 82(1), 1-9. <https://doi.org/10.1186/s13690-024-01308-2>
- Niño, L. (8 de mayo de 2024). *Casos de feminicidio en Medellín van en aumento: autoridades reportan de dos a tres casos al día*. Infobae. <https://www.infobae.com/colombia/2024/05/09/casos-de-feminicidio-en-medellin-van-en-aumento-autoridades-reportan-de-dos-a-tres-casos-al-dia/>
- Okafor, M. C., Anorue, L. I., Obayi, P. M., & Chima, O. A. (2023). Knowledge and Attitude Toward Media Campaigns Against Gender-Based Violence Among Nigerian Women in Southeast, Nigeria [Conocimiento y actitud hacia las campañas mediáticas contra la violencia de género entre mujeres nigerianas del sudeste]. *Sage Open*, 13(4). <https://doi.org/10.1177/21582440231206594>
- Organización Mundial de la Salud. (2024). *Violencia contra la mujer*. Ginebra (Suiza). https://www.who.int/es/health-topics/violence-against-women#tab=tab_1
- Potts, A., Kolli, H., & Fattal, L. (2022). Whose voices matter? Using participatory, feminist and anthropological approaches to centre power and positionality in research on gender-based violence in emergencies [¿De quiénes son las voces que importan? Utilizando enfoques participativos, feministas y antropológicos para centrar el poder y la posicionalidad en la investigación sobre la violencia de género en situaciones de emergencia]. *Global Public Health*, 17(10), 2530-2546. <https://doi.org/10.1080/17441692.2022.2062026>
- Presidente de la República de Colombia. (2018). *Decreto 410 de 2018. Por el cual se adiciona el Título 4 a la Parte 4 del Libro 2 del Decreto 1066 de 2015, Decreto Único Reglamentario del Sector Administrativo del Interior, sobre sectores sociales LGBTI y personas con orientaciones sexuales e identidades de género diversas, Capítulo 1 sobre prevención de la discriminación por razones de orientación sexual e identidad*

de género, mediante la promoción de la acción afirmativa #AquíEntranTodos. 1 de marzo de 2018. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=85462>

- Qu, M. (2024). Understanding Cultural and Social Influences On Female Entrepreneurship In Mandan Village, China [Comprensión de las influencias sociales y culturales en el emprendimiento femenino en la aldea Mandan, China]. *Journal of Community Positive Practices*, 24(1), 87-110. <https://doi.org/10.35782/JCPP.2024.1.05>
- Saini, R., & Spear, A. (2024). Teachers' understanding of gender-based violence in two public schools in Burkina Faso [Comprensión de la violencia basada en género de profesores en dos escuelas públicas en Burkina Faso]. *Journal of Gender-Based Violence*, 8(2), 250-264. <https://doi.org/10.1332/23986808Y2024D000000019>
- Shelton, J., Kroehle, K., Clark, E. K., Seelman, K., & Dodd, S. J. (2021). Digital technologies and the violent surveillance of nonbinary gender [Tecnologías digitales y la vigilancia violenta del género no binario]. *Journal of Gender-Based Violence*, 5(3), 517-529. <https://doi.org/10.1332/239868021X16153783053180>
- Sidik, N. S., & Marikan, D. A. A. (2023). Convergence of Female Entrepreneurship in Selected Asian Countries [Convergencia del emprendimiento femenino en países asiáticos seleccionados]. *WSEAS Transactions on Business and Economics*, 20, 671-681. <https://wseas.com/journals/bae/2023/b265107-1893.pdf>
- Storer, H. L., Casey, E. A., Carlson, J., Edleson, J. L., & Tolman, R. M. (2016). Primary Prevention Is? A Global Perspective on How Organizations Engaging Men in Preventing Gender-Based Violence Conceptualize and Operationalize Their Work [¿Qué es la prevención primaria? Una perspectiva global sobre cómo las organizaciones comprometen a los hombres en prevenir la violencia de género, conceptualizan y operacionalizan su trabajo]. *Violence Against Women*, 22(2), 249-268. <https://doi.org/10.1177/1077801215601247>
- Veronese, G., Mahmid, F. A., & Bdier, D. (2023). Gender-Based Violence, Subjective Quality of Life, and Mental Health Outcomes Among Palestinian Women: The Mediating Role of Social Support and Agency [Violencia de género, calidad de vida subjetiva y salud mental entre las mujeres palestinas: el rol mediador del apoyo social y la agencia]. *Violence Against Women*, 29(5), 925-948. <https://doi.org/10.1177/10778012221099988>

- Vu, A., Wirtz, A., Pham, K., Singh, S., Rubenstein, L., Glass, N., & Perrin, N. (2016). Psychometric properties and reliability of the Assessment Screen to Identify Survivors Toolkit for Gender Based Violence (ASIST-GBV): results from humanitarian settings in Ethiopia and Colombia [Propiedades psicométricas y confiabilidad del Kit de herramientas de evaluación para identificar sobrevivientes de violencia de género (ASIST-GBV): resultados de contextos humanitarios en Etiopía y Colombia]. *Conflict And Health*, 10, 1-9. <https://doi.org/10.1186/s13031-016-0068-7>
- Watson, S. (2023). Investigating the role of social media abuse in gender-based violence: The experiences of women police officers [Investigar el rol del abuso de la red social en la violencia basada en género: las experiencias de las mujeres policías]. *Criminology & Criminal Justice*, 23(5), 829-844. <https://doi.org/10.1177/17488958221087487>
- Wild, J. (2023). Men's efforts to tackle men's violence: negotiating gendered privileges and norms in movement and practice spaces [Esfuerzos de los hombres para abordar la violencia masculina: negociar privilegios de género y normas en espacios de práctica y movimiento]. *Journal of Gender-Based Violence*, 7(2), 304-321. <https://doi.org/10.1332/239868021X16757936936612>
- Wirtz, A. L., Glass, N., Pham, K., Perrin, N., Rubenstein, L. S., Singh, S., & Vu, A. (2016). Comprehensive development and testing of the ASIST-GBV, a screening tool for responding to gender-based violence among women in humanitarian settings [Desarrollo integral y prueba del ASIST-GBV, una herramienta de detección para responder a la violencia de género entre mujeres en entornos humanitarios]. *Conflict and Health*, 10, 1-14. <https://doi.org/10.1186/s13031-016-0071-z>
- Wirtz, A. L., Perrin, N. A., Desgroppes, A., Phipps, V., Abdi, A. A., Ross, B., Kaburu, F., Kajue, I., Kutto, E., Taniguchi, E., & Glass, N. (2018). Lifetime prevalence, correlates and health consequences of gender-based violence victimization and perpetration among men and women in Somalia [Prevalencia a lo largo de la vida, correlatos y consecuencias para la salud de la victimización y perpetración de la violencia de género entre hombres y mujeres en Somalia]. *BMJ Global Health*, 3(4), 1-12. <https://doi.org/10.1136/bmjgh-2018-000773>
- Yang, Y., John, A., & Mohelská, H. (2025). The drivers of female entrepreneurship: A bibliometric analysis of the literature [Los impulsores del emprendimiento femenino: un análisis bibliométrico]. *South African Journal of Economic and Management Sciences*, 28(1). <https://doi.org/10.4102/sajems.v28i1.6043>

Yasegnal, A. S. (2023). Gender based violence against women: the crisis behind being a restaurant waitress [La mujer contra la violencia basada en género: la crisis detrás de ser camarera de restaurante]. *Journal of Criminal Psychology*, 13(1), 34-46. <https://doi.org/10.1108/JCP-04-2022-0013>

Yount, K. M., Comeau, D., Blake, S. C., Sales, J., Sacks, M., Nicol, H., Bergenfeld, I., Kalokhe, A. S., Stein, A. D., Whitaker, D. J., Parrott, D., & Van, H. T. H. (2023). Consortium for violence prevention research, leadership training, and implementation for excellence (Converge): a protocol to train science leaders in gender-based-violence and violence-against-children research for impact [Consortio para la investigación en prevención de la violencia, capacitación de líderes e implementación para la excelencia (CONVERGE): un protocolo para capacitar a líderes científicos en investigación sobre violencia de género y violencia contra los niños para generar impacto]. *Frontiers in Public Health*, 11, 1-24. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2023.1181543>



Para citar este capítulo siguiendo las indicaciones de la séptima edición en español de APA:
Zapata Jiménez, L. E., & Malavera Pineda, S. M. (2026). Educar en economía social y solidaria puede contribuir a mejorar la reputación de las cooperativas. En S. M. Malavera Pineda, L. E. Zapata Jiménez, & J. S. Calle Piedrahita (Comps.). *Organizaciones en un contexto global e innovador* (pp. 92-122). Fondo Editorial Universidad Católica Luis Amigó. <https://doi.org/10.21501/9786287765306.5>

Educar en economía social y solidaria puede contribuir a mejorar la reputación de las cooperativas¹

Laura Elena Zapata Jiménez*
Sandra Milena Malavera Pineda**

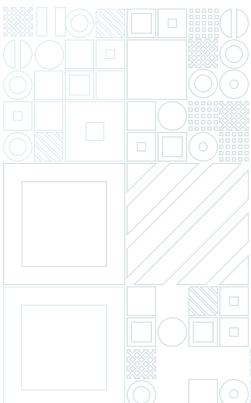
Resumen

Las cooperativas de economía social y solidaria en Colombia pueden mejorar su reputación a través de la inversión en educación. El objetivo de esta investigación fue examinar el papel de la educación en la economía social y solidaria en la generación de una reputación positiva para las cooperativas. La investigación es cuantitativa transversal. Se realizó una encuesta semiestructurada con 36 preguntas utilizando una escala Likert. La encuesta se distribuyó por correo electrónico a los gerentes de cooperativas en Colombia durante el primer semestre de 2020. Los datos se ingresaron en el software SPSS. Se encontró que la variable categórica en estudio se adhiere a una distribución de probabilidad multinomial mediante el uso de regresión logística multinomial, que es una técnica utilizada para

¹ Capítulo resultado de la investigación denominada "Emprendimiento desde la gestión de nuevas tecnologías en cooperativas de Colombia". Financiada por la Universidad Católica Luis Amigó. Fecha de inicio: febrero de 2022. Fecha de finalización: noviembre de 2022

* Magíster en Administración. Docente de la Universidad Católica Luis Amigó, pertenece al grupo de investigación Goras, Universidad Católica Luis Amigó, Medellín-Colombia. Correo electrónico: laura.zapataji@amigo.edu.co, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5934-3484>

** Magíster en Dirección de Marketing. Docente de la Universidad Católica Luis Amigó, pertenece al grupo de investigación Goras, Universidad Católica Luis Amigó, Medellín-Colombia. Correo electrónico: sandra.malaverapi@amigo.edu.co, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6568-240X>



analizar modelos con múltiples variables de resultados nominales. Los hallazgos revelaron una correlación directa entre la educación en la economía social y solidaria y la reputación de las cooperativas. Cuanto mayores son las ofertas educativas, más favorable es la reputación, lo que respalda la hipótesis inicial. En resumen, la difusión de la educación enfocada en los factores de responsabilidad social empresarial puede aumentar la imagen institucional de las cooperativas si se presenta en el momento adecuado.

Palabras clave

Cultura; Cooperación; Economía de la educación; Educación comunitaria; Responsabilidad.



Introducción

El problema de la violencia en Colombia se origina en la búsqueda de dinero y poder, y en el afán de poseer sin importar las consecuencias sociales o ambientales, lo que resulta en acciones que perjudican a otros (Franco-Agudelo, 2003; Pecaut & González, 1997). El narcotráfico y los enfrentamientos entre individuos, que dañan el patrimonio social y se aprovechan de los pobres para sembrar la violencia en zonas rurales y urbanas, son impulsados por los intereses económicos de grupos ilegales. Colombia, un país en conflicto durante cincuenta años, tiene la oportunidad de lograr una nueva justicia social a través de la educación en la economía social y solidaria. Cambiar la forma en que pensamos sobre la violencia en Colombia, con sus muertes, terrorismo, atentados, pérdida de familiares, escasez de amigos y un sistema judicial incrédulo, requiere un rediseño de la educación. Colombia ha entrado en la educación para vivir en paz al transformar los pensamientos negativos sobre la injusticia. Las cooperativas en Colombia ofrecen la oportunidad de promover la paz a través de la educación solidaria, que puede mejorar la reputación social. La solidaridad contribuye a la sostenibilidad y ayuda a crear oportunidades para mejorar la reputación. Ahora bien, ¿cómo la educación en temas de economía social y solidaria al interior de las cooperativas en Colombia genera una reputación positiva basada en la responsabilidad social corporativa (RSC)?

Son pocos los estudios que han examinado los determinantes de la reputación en las cooperativas de economía social y solidaria desde un enfoque transversal que incorpore la educación (Zizka et al., 2021; Kowalczyk & Kucharska, 2020; Marland & DeCillia, 2020; Fanasch & Frick, 2018; Castilla-Polo & Sánchez-Hernández, 2020). Si bien las escuelas pueden enseñar sobre cuestiones ambientales y las comunidades pueden centrarse en aspectos sociales o económicos (Zizka et al., 2021), asimismo, no necesariamente priorizan la reputación educativa de las organizaciones sin fines de lucro (Santos et al., 2020; Gómez-Trujillo et al., 2020; Rasoolimanesh et al., 2024). Sin embargo, la gestión de proyectos educativos puede transformar las organizaciones y tener un impacto positivo en la reputación social (Kowalczyk & Kucharska, 2020).

Existe la oportunidad de explorar hasta qué punto las cooperativas se comprometen con la enseñanza de la filosofía de la paz desde una perspectiva de sostenibilidad (social, ambiental y económica) para contribuir a la mejora de su reputación. El objetivo de la investigación es analizar cómo la educación puede generar una reputación positiva para las cooperativas de economía social y solidaria en Colombia. Las cooperativas ofrecen esperanza, promueven el bien común y brindan la oportunidad de cambiar la mentalidad para abordar los desafíos ambientales, contribuir al desarrollo social, generar riqueza económica y construir una reputación positiva para el futuro.

Marco teórico

Educación social y responsabilidad social corporativa

Los programas educativos que ofrecen las cooperativas contribuyen a la justicia equitativa y la solidaridad, lo que a su vez contribuye a la paz y al bien común, vinculados a la oportunidad de la Responsabilidad Social Corporativa. Cole y Snider (2020) demostraron que el medio ambiente contribuye al aprendizaje positivo al estudiar los efectos sociales, ambientales y financieros. Enseñar cooperativas a sus miembros contribuye a mejorar la calidad de vida, evitando daños a terceros, la destrucción del medio ambiente y la disminución de los ingresos de otros (Cebrián et al., 2025; Tan et al., 2025). Con respecto a esto, los promotores de la paz buscan posicionar una reputación positiva siendo constantes al dar ejemplo desde la concepción misma de las cooperativas y aprovechando la Responsabilidad Social Corporativa. Además, la integridad de los directores también impulsa positivamente la difusión de la Responsabilidad Social Corporativa y contribuye a mejorar la reputación (Alfa et al., 2025; Muhammad et al., 2025). Enseñar los principios de las cooperativas promueve acciones para el desarrollo de las personas, sin olvidar el desarrollo social y ambiental (Li & Li, 2024; Yuan et al., 2024). La reputación se ve reforzada por la formación en gestión en tiempos de crisis, ya que esta debe asumir nuevas responsabilidades para aceptar cambios constantes y afrontar momentos complejos. Esto transforma la forma de gestionar. Para transformar la gestión es necesario aprender a analizar el entorno interno y externo con una visión holística. Lei y Yu (2024) demostraron que la reputación de las sucursales extranjeras es inferior a la de la empresa matriz, lo cual está relacionado con las actividades de RSC (Lei & Yu, 2024).

Según la Ley 79 de 1988 y la Ley 454 de 1998, las cooperativas tienen la misión de contribuir mediante la capacitación de sus empleados y asociados para mejorar su participación en los procesos organizacionales y sociales (Congreso de Colombia, 1988). Esto significa que las cooperativas deben capacitar a sus administradores sobre los principios, métodos y características cooperativos para una gestión empresarial eficaz. Es importante destacar que las cooperativas no cuentan con instituciones educativas propias, sino que colaboran con entidades especializadas, como universidades acreditadas por la Unidad Administrativa Especial de Organizaciones Solidarias (UAEOS) (Congreso de Colombia, 1998).

Educación en reputación y solidaridad social

Rim y Ferguson (2020) argumentan que para prevenir una crisis una empresa debe optar por una estrategia de RSC proactiva y planificada, basada en un proceso educativo. Esto significa que crisis como la violencia pueden convertirse en oportunidades para crear conciencia ambiental y social, con el beneficio futuro de una mejor gestión de las relaciones (Singh et al., 2023; Srivastava & Srivastava, 2023). En otras palabras, la educación en temas sociales y solidarios contribuye a fortalecer el sentido de pertenencia. Según Schaarschmidt y Walsh (2020), la reputación mejora al destacar las acciones positivas de gestión a través de diversos medios de comunicación. De igual manera, "una reputación corporativa positiva puede mitigar el impacto negativo de la inseguridad laboral en el agotamiento laboral y las intenciones de dimisión de los empleados" (Ali et al., 2020, p. 825).

El ambiente laboral favorece la reputación, el bienestar social y fomenta la colaboración entre directivos. La educación que imparten las cooperativas para mejorar la reputación depende de la imagen corporativa, el rendimiento financiero, la divulgación de actividades, el pensamiento y la actuación ética y moral, la presentación de los diversos informes de RSC y el liderazgo compartido a la comunidad. De acuerdo con lo anterior, la educación es un factor diferenciador en las cooperativas para enseñar a cuidar el medio ambiente y ser socialmente justas y equitativas. Las empresas con mayor RSC son menos propensas a cometer errores financieros (Dobija et al., 2023; Lei & Yu, 2024).

La investigación de Cowan y Guzmán (2020) confirmó que el desempeño de una organización depende de la percepción de la marca y de su forma de difundir la gestión de la responsabilidad social. Mientras que Yu et al. (2020) demostraron que una gestión eficaz no garantiza una reputación eficiente, ni siquiera con el apoyo del posicionamiento de marca. En otros términos, el desempeño financiero de una empresa es bueno cuando contribuye a mejorar el desempeño de la responsabilidad social corporativa, lo que se traduce en una mejor reputación (Jeong, 2020).

De manera similar, Balakrishnan y Foroudi (2020) describieron cómo las redes sociales influyen en la reputación de la organización; por ejemplo, si una cooperativa agrícola comercializa un producto alimenticio innovador puede contribuir a un mejor posicionamiento y a que la sociedad sea más consciente social y ambientalmente. A su vez, Alizamir et al. (2020) afirmaron que "cuando la reputación es lo suficientemente baja, la agencia minimiza el riesgo y, de hecho, minimiza más de lo que mejora su reputación. Por el contrario, cuando la reputación es alta, la agencia a veces exagera

la amenaza y exagera más de lo que deteriora su reputación" (p. 4619). La imagen corporativa y la reducción del riesgo negativo en las actividades ambientales y sociales contribuyen a mejorar la organización, y su reputación aumenta positivamente. Los hallazgos de Latif et al. (2020) también revelaron "un impacto directo, positivo y significativo de la RSC en la calidad del servicio, la satisfacción del cliente, la imagen corporativa y la reputación corporativa" (p. 89). Zhao et al. muestran el mecanismo por el cual los factores relacionados con la confianza afectan el pago (2020). Asimismo, Park et al. (2020) demostraron que la reputación es compleja y está sujeta a la imagen corporativa de la organización y a los medios que utiliza. Además, expresaron que las empresas son reconocidas por su desempeño social y pueden impulsar una reputación positiva. Por su parte, Barrese et al. (2020) afirmaron que un aprendizaje organizacional claro contribuye a mejorar la RSC a largo plazo.

La educación formal con énfasis en la economía social y solidaria y la innovación genera preguntas como: O1) ¿La organización desarrolla actividades dedicadas a la educación cooperativa?; O2) ¿Colabora la organización social con otras organizaciones sociales?; O3) ¿Trabaja la organización por el desarrollo sostenible de su comunidad?; y O4) ¿Valora la organización la contribución de las personas con discapacidad a la empresa?

Reputación y responsabilidad social corporativa

La formación sobre temas de economía social y solidaria no garantiza la asimilación de un compromiso con ella. Es necesaria una concientización activa a largo plazo. Miras-Rodríguez et al. (2020) y Allen et al. (2020) destacan que la reputación corporativa tiende a verse afectada negativamente por los informes de RSC si no existe coherencia entre ellos. Gangi et al. (2020) concluyeron que "el compromiso ambiental y la innovación en productos ecológicos son antecedentes de la reputación corporativa. En segundo lugar, la reputación corporativa tiene un impacto positivo en la rentabilidad ajustada al riesgo y en el indicador de riesgo de dificultades financieras" (p. 1977). Bux et al. (2020) también identificaron que "la falta de preocupación por la reputación" y "la indiferencia de los clientes hacia la RSC" surgieron como las "barreras menos esenciales para la adopción de la RSC" (p. 1733). De igual manera, cuando la difusión de la RSC se basa en la reputación favorable de las cooperativas de enseñanza, es necesario cumplir con los protocolos que impone la sociedad (Baghi & Antonetti, 2025). Esto contribuye a un control equitativo sobre la gestión y los indicadores estándar. Sin embargo, otros

autores detectaron que las preocupaciones por la reputación se valoran según la experiencia profesional, la presión social, la profesionalidad y las expectativas sociales (He et al., 2020). Un estudio reveló que, al comparar empresas europeas y no europeas, existe diversidad en la construcción de la reputación. Las empresas desarrollan diversas estrategias de co-creación, pero contribuyen al posicionamiento de la RSC (Sang & Han, 2023).

Además, "las empresas con conexiones profesionales tienden a ser más conservadoras al elegir políticas contables para mantener su reputación profesional" (Luo & Liu, 2020, p. 6). Otros autores descubrieron que las empresas familiares gastan, en promedio, "un 86 % menos en responsabilidad social corporativa que las grandes empresas" (Combs et al., 2020, p. 168). Es difícil implementar la RSC en las pequeñas empresas porque tienen una visión más centrada en lo económico que en lo social y ambiental.

Ting et al. (2020) argumentaron que las universidades enseñan liderazgo cuando aprenden a identificar sus competencias para mejorar la reputación a partir de la combinación de la gestión de la sostenibilidad empresarial. Las universidades deberían incorporar la cátedra de reputación y sostenibilidad empresarial, como lo practican las cooperativas. Es una oportunidad para enseñar cómo cuidar el medio ambiente, analizar la gestión social y complementarla con el análisis financiero de la organización. Al mismo tiempo, ciertos factores críticos, como la reciprocidad, la penalización de la reputación social y el mecanismo de supervisión, constituyen un medio para recompensar las mejoras de la reputación (Jiang & Xu, 2020). La reputación corporativa, asimismo, se ve influenciada por los medios de comunicación (Caruana & Vella, 2024), investigadores descubrieron que la comunicación de RSC se basa en cambiar la estrategia hacia la industria y no hacia la reputación de la organización (Song et al., 2020). Por lo tanto, esta se convierte en una herramienta para difundir adecuadamente la gestión de RSC de la cooperativa, en relación con cómo enseña cómo gestionar el triángulo de la sostenibilidad; el cual se trata de un modelo para el "desarrollo ulterior de una sociedad sostenible basada en la implementación simultánea de objetivos ecológicos, económicos y sociales" (Purvis et al., 2019, p. 684) (ver Figura 1). Así, según Baviera-Puig et al. (2015), la RSC comprende tres dimensiones esenciales: La económica, la social y la ambiental.

La RSC se evaluó mediante tres enfoques: Económico, social y ambiental. Para facilitar el análisis, las preguntas ambientales se designaron con la letra E (E1-E18) para representar los aspectos económicos, las preguntas económicas con la letra F (F1-F5)

y las preguntas de desarrollo social con la letra S (S1-S12). De esta forma, las preguntas abarcan las tres dimensiones de la responsabilidad social corporativa: Ambiental, económica y social.

Figura 1.

Triángulo de la sostenibilidad



Nota. "Sustainable development reporting: frameworks", Välimäki, J., 2002, Background paper for discussion at EEA SoE expert group workshop. <https://www.un.org/en/conferences/environment/johannesburg2002>

Lee et al. (2017) argumentan que "la RSC tiene un impacto positivo en la imagen corporativa, la satisfacción del cliente y los precios" (p. 1240). En esta dirección, Pérez-Cornejo et al. (2020) apuntaron que "las tres dimensiones [social, ambiental y económica] tienen un impacto positivo en la reputación corporativa" (p. 1260), basándose en la teoría y la epistemología de los términos. Esto contribuye a crear una mayor conciencia entre los gerentes empresariales para comprometerse con la calidad en la gestión de visas, ambiental y financiera. En otras palabras, estas son actividades transversales a la organización.

Efectos de las bases de la reputación

La norma de la *International Organization for Standardization* (ISO), ISO-26000, describe siete principios fundamentales de responsabilidad social que las empresas deben respetar: 1) Rendición de cuentas, las empresas deben rendir cuentas del impacto que tienen en la sociedad y el medio ambiente; deben ser transparentes en sus decisiones y acciones, y asumir la responsabilidad de cualquier consecuencia negativa. 2) Transparencia, las empresas deben ser transparentes en sus operaciones y comunicarse abiertamente con las partes interesadas; esto incluye compartir información sobre su impacto ambiental, prácticas laborales e iniciativas sociales. 3) Comportamiento ético, las empresas deben mantener altos estándares éticos en todos los aspectos de sus operaciones, incluyendo sus relaciones con empleados, clientes, proveedores y otras

partes interesadas. 4) Respeto por los intereses de las partes interesadas, las empresas deben considerar las necesidades e intereses de todas las partes interesadas, incluyendo empleados, clientes, proveedores, accionistas y la comunidad en general. 5) Respeto por el principio de legalidad, las empresas deben cumplir con todas las leyes y regulaciones aplicables, y no deben participar en prácticas ilegales o poco éticas. 6) Respeto por los estándares internacionales de comportamiento, las empresas deben respetar los estándares y directrices internacionales relacionados con la responsabilidad social, como el Pacto Mundial de las Naciones Unidas y las Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales. 7) Respeto a los derechos humanos, las empresas deben respetar y defender los derechos humanos de todas las personas, incluyendo empleados, clientes y miembros de las comunidades donde operan. Esto incluye evitar cualquier práctica que pueda contribuir a la vulneración de los derechos humanos, como el trabajo forzoso, el trabajo infantil o la discriminación (International Organization for Standardization, 2010; Carroll, 2015; Hopkins, 2012; Mohr et al., 2001; Pacto Mundial de las Naciones Unidas, 2015). La evaluación de la responsabilidad social corporativa (RSC) se realiza utilizando diversas herramientas de diferentes fuentes para evaluar su cumplimiento de las normas ISO 26000.

Las principales variables del análisis de la responsabilidad social corporativa en la norma ISO 26000 se centran en los derechos humanos, las prácticas laborales, el medio ambiente, las prácticas justas de operación, las cuestiones del consumidor y la participación y el desarrollo comunitarios. En otras palabras, los elementos de la educación se configuran a partir de los derechos humanos, esto es, cómo se enseñan los derechos humanos y su impacto en la generación de sostenibilidad social. Los elementos del medio ambiente se construyen a partir de los propios indicadores de política de la norma ISO 26000 para abordar el uso de energía, el uso de papel y el reciclaje. Las preguntas centradas en las prácticas comerciales justas se basan en las preguntas S10 a S13. Al mismo tiempo, las variables financieras se basan en la gestión económica de la organización. La combinación de variables educativas, financieras y sociales contribuye a medir la reputación desde diversos frentes (Rasoolimanesh et al., 2024).

Orientación reputacional hacia una responsabilidad social no perfilada

Abbas (2026) argumentó que una reputación positiva tiene un impacto positivo en los resultados sociales y ambientales, lo que resulta en una mayor rentabilidad. La reputación de una empresa no solo se refiere a sus accionistas, sino también a su

comunidad (Toenshoff, 2025). Es importante monitorear el desempeño de la organización desde perspectivas sociales, ambientales y económicas para involucrar a la sociedad en la conservación del medio ambiente, manteniendo al mismo tiempo el crecimiento financiero. Algunos autores enfatizaron que la reputación se basa en la relación entre la empresa matriz y sus subsidiarias (Forcadell et al., 2025), lo que convierte la educación en economía social y solidaria y la reputación en un factor crítico de éxito para la empresa matriz. Esta cultura debe extenderse a las sucursales para una comunicación efectiva.

Las organizaciones con excesivos directivos apasionados por la RSC pueden generar mayor incertidumbre, pero esto se comprende como alta competitividad por un mejor desempeño (Lee et al., 2020), aspecto que contribuye a mejorar la reputación al presentar la realidad de la organización a través de informes comunitarios.

La investigación demostró que invertir en arte y cultura como elementos sociales contribuye a generar una estrategia de responsabilidad social que ayuda a posicionar la marca y mejorar la reputación (Omidvar & Palazzo, 2025). Según esto, la reputación social se basa en la ética empresarial y el sentido de responsabilidad social (Qu et al., 2025). La relación entre actitud, confianza e intención de marca se fortalece mediante la concientización del cliente sobre la RSC (Han et al., 2020). Sin embargo, los estudios de Gao et al. (2020) demostraron que la reputación no se basa únicamente en la gestión, sino también en el servicio al cliente. Yang y Stohl (2020) sugirieron que la reputación corporativa global no captura adecuadamente el impacto tangible de la RSC, particularmente en términos de resultados ambientales y sociales. Por lo tanto, las estrategias de RSC que involucran a la comunidad predicen positiva y significativamente el valor económico del negocio y la reputación corporativa de las empresas (Arhinful et al., 2025; Rolf, 2025). La enseñanza de la economía social y solidaria en cooperativas mediante una gestión responsable contribuye a mejorar la gestión organizacional y el compromiso con la RSC y los ODS. Las variables para medir la reputación se basan en dos preguntas: R1 ¿Considera que la reputación de esta organización es buena? y R2 (una pregunta abierta): ¿Por qué considera que la reputación de esta organización es buena?

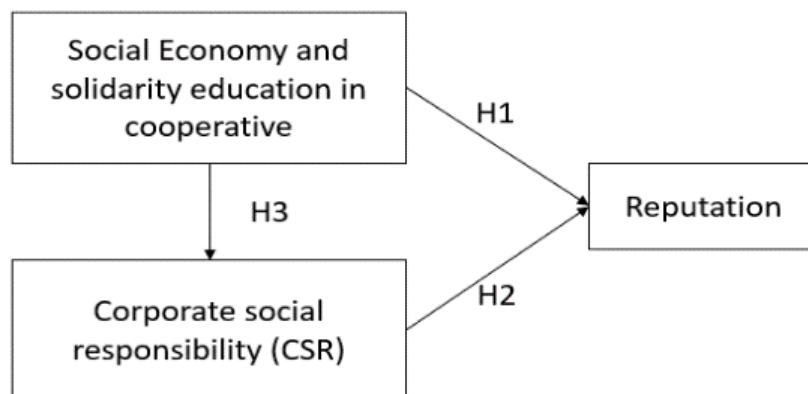
De acuerdo con todo lo anterior, las tres hipótesis propuestas en esta investigación son (ver Figura 2.):

- Hipótesis (H1): A mayor formación en la gestión de la economía social y la solidaridad en las cooperativas, mayor reputación positiva.
- Hipótesis (H2): La responsabilidad social corporativa (RSC) contribuye a integrar la reputación positiva.

- Hipótesis (H3): La formación en economía social y la solidaridad en las cooperativas contribuye a mejorar la responsabilidad social corporativa (RSC) positiva.

Figura 2.

Modelo conceptual de relaciones causales



Javed et al. (2020) demostraron que las empresas que participan en proyectos socialmente responsables obtienen un impacto positivo significativo en su reputación corporativa. Esto debido a que la reputación está vinculada a la gestión financiera (Baudot et al., 2020). Si bien los proyectos no siempre son financieramente viables, estos contribuyen al cuidado del medio ambiente y fomentan la solidaridad comunitaria. Estudios (Bernal Barbosa et al., 2025; Vigolo et al., 2025) sugieren que los cambios en la reputación de RSC tienen un impacto predecible en el rendimiento empresarial. La formación en temas de economía social y solidaria relacionados con la reputación influye positivamente en la gestión, lo que a su vez afecta al posicionamiento de marca. Sin embargo, esto debe vincularse con los ODS y el triángulo de la sostenibilidad para mejorar la reputación (Dupont & Karpoff, 2020).

Retomando a Abbas (2026), este indica que las emociones digitales influyen en la mejora de la reputación de una organización. En la misma línea, Starr et al. (2020) y Gómez-Trujillo et al. (2020) anotan que las emociones, la información y el conocimiento contribuyen a la medición de la reputación de cada uno. Al promover, según lo anterior, la liberación de emociones como el odio, la venganza y el daño a la sociedad, la reputación de las organizaciones puede transformarse en un nuevo estado de bienestar (Marland & DeCillia, 2020). Por el contrario, actividades como acciones controvertidas, actitudes intolerantes y comportamientos ilegales pueden dañar la reputación de una organización, dejando tras de sí elementos negativos que restan valor a la vida positiva y promueven la violencia. Por lo tanto, la gestión de las actividades de las cooperativas impulsa una cultura de paz dentro del mismo triángulo de sostenibilidad que contribuye al cuidado de la reputación.

Metodología

La metodología se basa en un enfoque cuantitativo, se utiliza la técnica de encuesta semiestructurada, compuesta por 36 preguntas con una escala Likert de 1 (en desacuerdo) a 6 (de acuerdo), incluyendo, además, cinco preguntas abiertas. El cuestionario consta de tres secciones destinadas a medir la reputación, la RSC y la educación informal: 1) Educación informal con énfasis en la economía social y solidaria, 2) responsabilidad social corporativa (RSC) y 3) percepción de la reputación.

Primer pretest

Para comenzar, se realizó una encuesta concisa compuesta por diversas preguntas y escalas complementarias diseñadas para evaluar las características de la medida. Se entrevistó personalmente a 27 gerentes y no ejecutivos sin una reputación reconocida, a quienes se les pidió que completaran el cuestionario e identificaran cualquier duda que les pareciera poco clara o difícil de responder. Posteriormente, tras analizar los resultados, se excluyeron seis ítems debido a las bajas correlaciones entre ítems y totales o a la probabilidad de que un ítem influyera en dos factores. En consecuencia, se obtuvo una escala preevaluada de 21 ítems.

Segundo pretest

Tras las pruebas preliminares iniciales, solicitamos la opinión de tres expertos académicos. En esta etapa, presentamos las escalas para todos los constructos y les solicitamos que evaluaran los ítems exhaustivamente. Tomamos en cuenta sus comentarios e hicimos los ajustes pertinentes, como modificar, eliminar y desarrollar nuevos ítems. La modificación más significativa durante esta fase consistió en ampliar la escala de 21 a 34 ítems, como se muestra en la Tabla 1.

Muestra de un solo informante

La encuesta se administró por correo electrónico, utilizando una base de datos proporcionada por la Superintendencia de Solidaridad, y estuvo dirigida a 421 gerentes de cooperativas en Colombia. De las 1127 empresas contactadas, el 59,30 % optó por no

responder al correo electrónico y el 12,20 % de las direcciones de correo electrónico proporcionadas resultaron ser inválidas. La tasa de respuesta final fue del 20,40 %, con 230 gerentes participando en la encuesta.

Muestra de múltiples informantes

Se realizó un análisis posterior del instrumento, que adoptó una estrategia multi-informante e incluyó dos marcos de muestreo distintos. El primer conjunto de datos se compuso de empresas miembro social (SM), cuyos gerentes contactaron a cada empresa miembro para solicitar su participación. De las 32 empresas miembro social, nueve aceptaron participar, y se solicitó a los contactos de cada empresa que proporcionaran los nombres de un ejecutivo de reputación social y un ejecutivo no social para hasta cuatro miembros corporativos de reputación social, lo que resultó en 17 pares de ejecutivos coincidentes. Las tasas de respuesta fueron notablemente altas: Un 86,3 % para el ejecutivo de reputación social y un 73,2 % para el ejecutivo no social.

El proceso de recopilación de datos para el segundo marco de muestreo fue comparativamente complejo, requirió un enfoque en dos etapas e implicó al menos tres envíos de correos a lo largo de dos meses. Para comenzar, contactamos a los principales líderes de las cooperativas de la ciudad de Medellín mediante el envío de cuatro correos electrónicos por ejecutivo de reputación. Estos correos se enviaron a tres listas de correo diferentes: la de la Asociación Colombiana de Cooperativas, la de los miembros del Fondo de Garantía de Entidades Cooperativas y la de la Superintendencia de Economía Solidaria. Nuestro objetivo fue solicitar la participación de estos líderes y animarlos a ser parte de nuestro estudio (ver Tabla 1).

Tabla 1.

Ficha técnica del estudio

Empresas cooperativas universo de Colombia	5.320 cooperativas
Ámbito geográfico	Colombia
Método de recopilación de información	Correo electrónico de contacto
Unidad de muestra	Directivos y gerentes
Correo electrónico emitido	1127
Censo de población	3342 empresas en Colombia contactadas
Muestra	421 empresas Respuestas recibidas: 72 jefes principales
Error de muestra	4,32 %
Nivel de confianza	95 % $z = 1,96$ $p = q = 0,5$
Método de muestreo	Modo aleatorio simple

El análisis se realizó en tres fases. En la primera, la escala de 36 ítems se sometió a la muestra de un solo informante para eliminar cualquier ítem que reflejara inadecuadamente los componentes teóricos del constructo. En la segunda, la muestra multi-informante se utilizó para probar diversas especificaciones de estructura factorial alternativas teóricamente plausibles y seleccionar la representación factorial más adecuada para los ítems seleccionados en la primera etapa. Se consultó el RepTrak del *Reputation Institute*, el cual “mide la reputación basándose en cuatro valores: Estima, admiración, confianza y sentimientos” (ReTrak). Asimismo, el *Corporate Reputation Business Monitor* (MERCO). Este estudio aplica el análisis de la opinión de directivos, expertos como periodistas o *influencers*, público interno y consumidores (Merco, 2023). Este estudio (MERCO) consiste en la percepción y evaluación de más de veinte fuentes de información para establecer la reputación (ver Tabla 2).

Tabla 2.
Escala de reputación

1. Educación formal con énfasis en economía social y solidaria e innovación (O)	
O1	¿La organización desarrolla actividades dedicadas a la educación cooperativa? (R)
O2	¿La organización social colabora con otras organizaciones sociales?
O3	¿La organización trabaja por el desarrollo sostenible de su comunidad?
O4	¿Valora la organización la contribución de las personas con discapacidad al negocio?
2. Ambiente (E)	
E1	Cuenta con políticas para minimizar el impacto ambiental de la organización en su actividad productiva y el correcto uso de los recursos. (W)
E2	¿Cómo se aplican las políticas relacionadas con la minimización del impacto ambiental de la organización? (W) (Pregunta abierta).
E3	¿Se minimiza el uso de recursos naturales?
E4	¿Se utilizan materias primas, productos en proceso y/o transformados con mínimo impacto ambiental?
E5	¿Se prevén inversiones para reducir su impacto ambiental?
E6	¿Se utilizan envases y embalajes reciclables?
E7	¿Se considera que el ahorro energético permite alcanzar mayores niveles de eficiencia?
E8	¿Es bienvenida la introducción de fuentes de energía alternativas? (W)
E9	¿Se reciclan los materiales y residuos? * (R)
E10	¿Se diseñan productos y servicios ecológicos?
E11	¿La organización participa en actividades relacionadas con la protección y mejora del medio ambiente? (R)
E12	¿Se diseñan productos y servicios ecológicos?
E13	Se toman medidas para reducir las emisiones de gases y residuos.
E14	¿La organización se preocupa por la capacitación en gestión ambiental?
E15	¿Se fomenta el consumo responsable (información sobre uso eficiente del producto, residuos, etc.)? * (R)
E16	¿Por qué promueve el consumo responsable? –pregunta abierta. (R)
E17	¿Aspectos relacionados con la minimización del impacto ambiental de la organización en su actividad productiva y el correcto uso de los recursos, así como los esfuerzos para la conservación del medio ambiente?
E18	¿Cómo se aplican las políticas relacionadas con la minimización del impacto ambiental de la organización? -pregunta abierta.

Continúa en la página siguiente

Inicia en la página anterior

3. Economía (F)	
F1	¿Contempla la necesidad y obligación de las organizaciones de ser rentables?
F2	¿Se informa a los proveedores de los cambios cooperativos que afectan las decisiones de compra? *
F3	¿La gestión económica de la organización merece apoyo público, regional o nacional?
F4	¿Cómo se establece la gestión para que la organización sea rentable? -pregunta abierta
F5	¿La gestión económica de la organización está relacionada con la reputación? (R)
4. Social (S)	
S1	¿En qué grado se preocupan los directivos de entidades de economía solidaria por estar informados y concienciados en temas de Responsabilidad Social? (W)
S2	¿Existe un compromiso con la creación de empleo basado en la reputación organizacional? (R)
S3	¿Los miembros recomiendan la cooperativa a otros por su reputación social? (R)
S4	¿Cuál es la percepción del director de la cooperativa sobre la imagen reputacional que proyecta ante los demás? (W)
S5	¿Te gusta lo que representa la organización? * (R)
S6	¿Cree que la organización tiene una marca atractiva para nuestros consumidores? (W)
S7	¿Te gusta lo que la organización y su marca simbolizan en la región? (R)
S8	¿Esta organización juega un papel en la sociedad más allá de la generación de beneficios económicos? (W)
S9	¿Crees que la organización ayuda a solucionar problemas sociales? *
S10	¿La gente se siente bien con esta organización? (R)
S11	Esta organización es admirada y respetada en la región. (R)
S12	¿Esta organización genera confianza entre sus grupos de interés? * (R)
5. Reputación (R)	
R1	¿Considera que la reputación de esta organización es buena? (R)
R2	¿Por qué considera que la reputación de esta organización es buena? Pregunta abierta. (R)

Nota. (W) Retirar el ítem, (R) Guía de reputación, * Se refiere a la adición de nuevas preguntas. Adaptado de "Validación de un instrumento de medida para la relación entre la orientación a la responsabilidad social corporativa y otras variables estratégicas de la empresa", Gallardo-Vázquez, D., Sánchez-Hernández, M. I., & Corchuelo-Martínez-Azúa, M. B., 2013, *Revista de Contabilidad*. [https://doi.org/10.1016/S1138-4891\(13\)70002-5](https://doi.org/10.1016/S1138-4891(13)70002-5)

El 35 % de las cooperativas se ubican en el sector financiero, el 12 % en el sector hospitalario y el 8 % en el sector agrícola. Esta heterogeneidad sectorial contribuye a una mejor comprensión del impacto de la educación en la economía social solidaria en la reputación de las cooperativas desde diversas áreas del conocimiento.

Construcciones de reputación

Este análisis nos permitió verificar que los indicadores, finalmente seleccionados para la escala, midieran las variables de reputación en cooperativas de economía social solidaria, con base en un aspecto social en las cooperativas colombianas (ver Tabla 3).

Tabla 3.
Modo de valor

Descriptiva	Reputación en la economía social y solidaridad en las cooperativas	Responsabilidad social corporativa (RSC)	Educación en economía social y solidaria en cooperativas
Modo	5.00	5.00	5.00
Desviación estándar	0.795	0.701	0.740

Resultados

Los resultados se obtuvieron luego de aplicar el proceso de filtrado presentado en la Tabla 4, en el cual la mayoría de las cargas de los indicadores superaron el riguroso criterio de ser $> 0,707$, y en ningún caso las cargas fueron inferiores a 0,519 (Chin, 1998).

Tabla 4.
Reputación en la enseñanza de la economía social y solidaria de las cooperativas

Economía social		RSC Finanzas		Ambiente		Educación formal	
Indicator	λ	Indicator	λ	Indicator	λ	Indicator	λ
S2	0,675	F1	0,674	E3	0,567	O1	0,902
S3	0,564	F2	0,749	E4	0,599	O2	0,912
S5	0,534	F3	0,755	E5	0,785	O3	0,718
S8	0,732	F4	0,533	E6	0,513	O4	
S9	0,669	F5	0,793	E7	0,683		
S10	0,775			E9	0,539		
S11	0,762			E10	0,606		
S12	0,743			E11	0,543		
				E14	0,534		
				E15	0,584		
				E16	0,643		
				E17	0,519		
				E18	0,753		

Lambda, el parámetro de distribución, se conoce comúnmente como "la tasa de ocurrencia" (Church, 1985) porque significa el número promedio de eventos anticipados por unidad de tiempo o espacio para el fenómeno observado.

La prueba de bondad de ajuste de chi-cuadrado es una prueba no paramétrica que se utiliza para determinar en qué medida el valor observado de un fenómeno dado difiere significativamente del valor esperado (Hair et al., 1998, p. 321). Esta prueba determina el grado de ajuste de la distribución teórica con respecto a la distribución empírica. Para esta investigación, la significancia asintótica de la prueba de bondad de

ajuste de chi-cuadrado es cero (0,0000) para la mayoría de las variables del estudio, excepto para E5, E6, E7, E8, E9, E10, E11, E12 y E13. Según Hair et al. (1998), una carga factorial de $\pm 0,5$ o superior se considera significativa en la práctica.

Un intervalo de confianza del 95 % representa un rango de valores por encima y por debajo de la estimación puntual que probablemente contiene el valor real en la población. Existe un 5 % de probabilidad de que el valor real se encuentre fuera del intervalo de confianza calculado. El Odds Ratio (OR) mide la asociación entre una exposición y un resultado, representando la probabilidad de que el resultado ocurra con una exposición específica frente a la probabilidad de que ocurra sin dicha exposición. Un OR menor que 1 indica que el elemento tenía una menor probabilidad de experimentar el evento.

Tabla 5.
Variable Reputación–RSC–Educación

Construir	X ²	Valor p	Hipótesis nula
Reputación en la Economía Social y solidaridad en las cooperativas	369	0.001*	Confirmada
Responsabilidad social corporativa (RSC)	355	0.001*	Confirmada
Educación en economía social y solidaria en cooperativas.	142	0.001*	Confirmada

Nota. * $P < 0,05$ basado en la prueba Chi-cuadrado.

Para analizar la validez discriminante de los constructos del modelo, se utilizaron los coeficientes de correlación β para seleccionar el que presentaba los valores más altos y compararlo con la raíz cuadrada de los AVE. La condición establecida se cumplió en todos los casos ($0,5299 > 0,454$; $0,8096 > 0,347$; $0,676 > 0,196$), lo que indica que los constructos presentan validez discriminante. En cuanto a la validez convergente, todos los constructos presentan valores mínimos superiores al 0,50 recomendado. Al analizar las variables de RSC, educación y reputación, se detectó un valor $p < 0,001$.

Todos los constructos presentan un alfa de Cronbach y una fiabilidad compuesta superior a 0,7, lo cual se considera aceptable. En general, el modelo de medición se valida mediante la verificación satisfactoria de la validez discriminante y convergente, así como de la fiabilidad.

La educación en la economía social y solidaria, sustentada en los principios cooperativos establecidos por la Ley 79 de 1988, financia la educación formal e informal de sus socios. Esta educación fomenta el sentido de pertenencia y contribuye al posicionamiento de la marca, mejorando así la reputación. La encuesta sobre percepción de la reputación mostró un alto grado de percepción (58,90 %), medio (34,25 %) y bajo (6,84 %). La economía social y solidaria se basa en los principios de solidaridad, coope-

ración, equidad y sostenibilidad, siendo las cooperativas una forma común de organización dentro de este modelo (Laville & Cattani, 2010). La educación en los valores y principios de la economía social y solidaria mejora la comprensión de los socios sobre el propósito y la importancia de las cooperativas en comparación con otras formas económicas.

Con respecto a la orientación de la RSC, la educación se percibe como de bajo nivel de enfoque en un 15,07 % y alto en un 50,68 %. La educación fomenta la apreciación del enfoque cooperativo basado en la participación democrática, la igualdad de derechos y la distribución justa de los beneficios. Además, la educación en la economía social y solidaria difunde la conciencia de las ventajas sociales y económicas que las cooperativas ofrecen a las comunidades locales. Desde una perspectiva de la RSC económica, la percepción es alta en un 49,32 %, media en un 41,10 % y baja en un 9,59 %. En términos del enfoque de la RSC ecológica, la educación se considera alta en un 32,88 %, media en un 52,05 % y baja en un 15,07 %. Las cooperativas, profundamente arraigadas en sus entornos, priorizan la satisfacción de las necesidades y la mejora de la calidad de vida de sus miembros y de la comunidad en general.

Al promover el desarrollo local, la creación de empleo sostenible y la cohesión social, las cooperativas pueden forjar una reputación positiva. Por último, desde el punto de vista de la RSC corporativa, la percepción es alta (87,67 %), media (9,59 %) y baja (2,74 %). Finalmente, la educación en la economía social y solidaria desempeña un papel crucial para destacar estos aspectos y sensibilizar al público en general, los consumidores y otros actores clave de la sociedad (Defourny & Nyssens, 2010). Esto ayuda a contrarrestar los estereotipos negativos o ideas erróneas sobre las cooperativas y fortalece su reputación como organizaciones dedicadas al bienestar social, la equidad y la sostenibilidad.

La Reputación en la Economía Social y la Solidaridad en Cooperativas (RSC) tiene un efecto significativo en la confirmación de la hipótesis ($X^2 = 369$, $P < 0,05$). Además, el constructo de RSC de 355 ($P < 0,05$) y la educación en economía social y solidaria en cooperativas ($X^2 = 142$, $p < 0,001$) también contribuyen a la confirmación de la hipótesis. El 23,29 % de los encuestados cumple con los criterios de RSC (ambientales, económicos y sociales) a través de la educación para mejorar la reputación. Por otro lado, el 17,81 % reconoce el impacto positivo de la educación en la promoción de la RSC en la formación de la reputación.

Conclusiones

La crisis actual representa una oportunidad para definir los cambios estructurales necesarios en la región. La escala puede orientar a las organizaciones en términos de reputación. El estudio muestra que la financiación de la educación por parte de las cooperativas de economía social y solidaria mejora la reputación organizacional. Esto impulsa el desarrollo ambiental, social y económico al fortalecer las estrategias de sostenibilidad y generar alianzas, concientización, respeto e innovación.

Los directivos deben aprender sobre la economía social y solidaria e integrar valores, ética y moral en su proceso de toma de decisiones. El éxito se logra mediante una combinación de cooperativas y una gestión educativa que fomente la reputación. La formación en economía social y solidaria es crucial para mejorar la reputación de las cooperativas, ya que contribuye a la concientización y comprensión de los principios y valores de las empresas cooperativas. Desde esta perspectiva, la economía social y solidaria es un modelo de desarrollo económico que prioriza los objetivos sociales y ambientales, además de los económicos.

De acuerdo con todo lo anterior, cada vez se es más conscientes de los beneficios potenciales de las empresas cooperativas, como una mayor participación y propiedad comunitaria, así como el potencial para una distribución más equitativa de las ganancias. Este avance contribuye a generar una mejor percepción de las cooperativas, tanto entre el público en general, como entre los socios e inversores potenciales. Además, la educación en los principios de la economía social y solidaria puede contribuir a promover el crecimiento y el éxito de las empresas cooperativas, al proporcionar a las personas los conocimientos y las habilidades necesarios para gestionarlas y operarlas eficazmente. En conclusión, la educación en los principios de la economía social y solidaria es importante para mejorar la reputación de las cooperativas, ya que fomenta los valores y beneficios de las empresas cooperativas, y contribuye a promover su crecimiento y éxito.

Referencias

- Abbas, J. (2026). When and how corporate digital responsibility contributes to a firm's reputation in society: Scale development and structural analysis [Cuándo y cómo la responsabilidad digital corporativa contribuye a la reputación de una empresa en la sociedad: escala de desarrollo y análisis estructural]. *Technology in Society*, 84, 1-12. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2025.103067>
- Alfa, A. A., Aryee, R., Manu, F. A., & Kpekpena, I. (2025). Scientometric and content analysis-based review of employees in micro-level corporate social responsibility research [Revisión basada en cienciometría y análisis de contenido de empleados en investigaciones de responsabilidad social corporativa a nivel micro]. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 32(2), 1945-1969. <https://doi.org/10.1002/csr.2997>
- Ali, I., Ali, M., Grigore, G., Molesworth, M., & Jin, Z. (2020). The moderating role of corporate reputation and employee-company identification on the work-related outcomes of job insecurity resulting from workforce localization policies [El rol moderador de la reputación corporativa y la identificación empleado-empresa en las consecuencias laborales de la inseguridad laboral derivada de las políticas de la localización de la fuerza laboral]. *Journal of Business Research*, 117, 825-838. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.02.060>
- Alizamir, S., De Véricourt, F., & Wang, S. (2020). Warning against recurring risks: An information design approach [Advertencia contra riesgos recurrentes: un enfoque de diseño de información]. *Management Science*, 66(10), 4612-4629. <https://doi.org/10.1287/mnsc.2019.3420>
- Allen, A. M., Green, T., Brady, M. K., & Peloza, J. (2020). Can corporate social responsibility deter consumer dysfunctional behavior? [¿Puede la responsabilidad social corporativa disuadir el comportamiento disfuncional del consumidor?] *Journal of Consumer Marketing*, 37(7), 729-738. <https://doi.org/10.1108/JCM-11-2019-3503>
- Arhinful, R., Mensah, L., & Obeng, H. A. (2025). Corporate Social Responsibility's Role in Shaping Environmental Innovation and Reputation: Evidence From London's Non-Financial Sector [El rol de la responsabilidad social corporativa en la formación de la reputación y la innovación ambiental: Evidencia del sector no financiero de Londres]. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 32(4), 4880-4899. <https://doi.org/10.1002/csr.3214>

- Baghi, I., & Antonetti, P. (2025). Is reactive corporate social responsibility such a bad idea? It depends on your positioning [¿Es la responsabilidad social corporativa reactiva una mala idea? Depende de tu posición]. *European Business Review*, 38(1), 109-132. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2023-0334>
- Balakrishnan, J., & Foroudi, P. (2020). Does Corporate Reputation Matter? Role of social media in Consumer Intention to Purchase Innovative Food Product [¿Importa la reputación corporativa? El rol de las redes sociales en la intención de comprar productos de comida innovadores]. *Corporate Reputation Review*, 23(3), 181-200. <https://doi.org/10.1057/s41299-019-00078-w>
- Barrese, J., Phillips, C., & Shoaf, V. (2020). Why do U.S. public companies continue to join the UN global compact: Ethics or economics? [¿Por qué las empresas públicas en Estados Unidos siguen adhiriéndose al pacto mundial de la ONU? ¿Ética o economía?]. *International Studies of Management and Organization*, 50(3), 209-231. <https://doi.org/10.1080/00208825.2020.1811525>
- Baudot, L., Johnson, J. A., Roberts, A., & Roberts, R. W. (2020). Is Corporate Tax Aggressiveness a Reputation Threat? Corporate Accountability, Corporate Social Responsibility, and Corporate Tax Behavior [¿Es la agresividad fiscal corporativa una amenaza para la reputación? Responsabilidad corporativa, responsabilidad social corporativa y comportamiento fiscal corporativo]. *Journal of Business Ethics*, 163(2), 197-215. <https://doi.org/10.1007/s10551-019-04227-3>
- Baviera-Puig, A., Gómez-Navarro, T., García-Melón, M., & García-Martínez, G. (2015). Assessing the communication quality of CSR reports. A case study on four spanish food companies [Evaluación de calidad de la comunicación en los informes de RSC. Estudio de caso de cuatro compañías de comida española]. *Sustainability*, 7(8), 11010-11031. <https://doi.org/10.3390/su70811010>
- Bernal Barbosa, L. B., Córdova-Cárdenas, G. M., Erro-Salcido, L. F., Palacio, R. R., & Ganga-Contreras, F. (2025). Corporate social responsibility and its influence on corporate reputation: evidence from the industrial sector [Responsabilidad social corporativa y su influencia en la reputación corporativa: evidencia del sector industrial]. *Social Responsibility Journal*, 21(8), 1566-1584. <https://doi.org/10.1108/SRJ-06-2024-0402>
- Bux, H., Zhang, Z., & Ahmad, N. (2020). Promoting sustainability through corporate social responsibility implementation in the manufacturing industry: An empirical analysis of barriers using the ISM-MICMAC approach [Promoción de la sostenibilidad mediante la implementación de la responsabilidad social corporativa en la

industria manufacturera: Un análisis empírico de las barreras utilizando el enfoque ISM-MICMAC]. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(4), 1729-1748. <https://doi.org/10.1002/csr.1920>

Caroll, A. B. (2015). Corporate social responsibility [Responsabilidad social corporativa]. *Organizational Dynamics*, 44(2), 87-96. <http://dx.doi.org/10.1016/j.orgdyn.2015.02.002>

Caruana, A., & Vella, J. (2024). Communal-brand connection and service loyalty: the mediation effect of corporate reputation and customer satisfaction among retail banking customers [Conexión entre la marca comunitaria y el servicio leal: el efecto mediador de la reputación corporativa y la satisfacción del cliente entre los clientes de banca minorista]. *International Journal of Bank Marketing*, 42(7), 1472-1491. <https://doi.org/10.1108/IJBM-01-2024-0012>

Castilla-Polo, F., & Sánchez-Hernández, M. I. (2020). Testing social and environmental disclosure-reputation relationship: a longitudinal two-way analysis. Sustainability Accounting [Prueba de la relación de la reputación, la divulgación social y ambiental: un análisis longitudinal bidimensional]. *Management and Policy Journal*, 12(3), 548-570. <https://doi.org/10.1108/SAMPJ-11-2019-0409>

Cebrián, V. D., Hernández, A. N., Lacruz, J. L., & Sánchez, L. G. (2025). The Aragonese rural school in intercultural contexts: a basic of social justice and territorial equity in resilient Spain [La escuela rural aragonesa en contextos interculturales: un pilar de justicia social y equidad territorial en la España resiliente]. *Frontiers In Education*, 10, 1-10. <https://doi.org/10.3389/feduc.2025.1508411>

Chin, W. W. (1998). Issues and opinion on structural equation modeling [Cuestiones y opiniones sobre el modelado de ecuaciones estructurales]. *Management Information Systems Quarterly*, 22(1), 7-16. <https://cits.tamui.edu/kock/NedWebArticles/Chin1998.pdf>

Church, A. (1985). *The Calculi Of Lambda-Conversion* [Los cálculos de conversión lambda]. Princeton University Press.

Cole, R., & Snider, B. (2020). Game-Rolling the dice on global supply chain sustainability: A total cost of ownership simulation [El juego de lanzar los dados sobre la cadena de suministro global de sostenibilidad: una simulación del costo total de propiedad]. *INFORMS Transactions on Education*, 20(3), 165-176. <https://doi.org/10.1287/ITED.2019.0225>

- Combs, J. G., Gentry, R. J., Lux, S., Jaskiewicz, P., & Crook, T. R. (2020). Corporate Political Activity and Sensitivity to Social Attacks: The Case of Family-Managed Firms [Actividad política corporativa y sensibilidad a los ataques sociales: el caso de las empresas familiares]. *Family Business Review*, 33(2), 152-174. <https://doi.org/10.1177/0894486519899578>
- Congreso de Colombia. (1998). *Ley 454 de 1998. Por la cual se determina el marco conceptual que regula la economía solidaria, se transforma el Departamento Administrativo Nacional de Cooperativas en el Departamento Nacional de la Economía Solidaria, se crea la Superintendencia de la Economía Solidaria, se crea el Fondo de Garantías para las Cooperativas Financieras y de Ahorro y Crédito, se dictan normas sobre la actividad financiera de las entidades de naturaleza cooperativa y se expiden otras disposiciones*. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=3433>
- Congreso de Colombia. (1988). *Ley 79 de 1988. Por la cual se actualiza la Legislación Cooperativa*. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=9211>
- Corporate Reputation Business Monitor. (2023). *El proceso de elaboración de MERCO Colombia 2023*. <https://www.merco.info/files/2023/10/1798/metodologia-e-informe-de-verificacion-merco-empresas-co-2023.pdf>
- Cowan, K., & Guzmán, F. (2020). How CSR reputation, sustainability signals, and country-of-origin sustainability reputation contribute to corporate brand performance: An exploratory study [Cómo la reputación de RSC, las señales de sostenibilidad y la reputación de sostenibilidad del país de origen contribuyen al desempeño de la marca corporativa: un estudio exploratorio]. *Journal of Business Research*, 117, 683-693. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.11.017>
- Defourny, J., & Nyssens, M. (2010). Conceptions of social enterprise and social entrepreneurship in Europe and the United States: Convergences and divergences [Concepciones de la empresa social y el emprendimiento social en Europa y Estados Unidos: convergencias y divergencias]. *Journal of Social Entrepreneurship*, 1(1), 32-53. <https://doi.org/10.1080/19420670903442053>
- Dobija, D., Arena, C., Kozłowski, Ł., Krasodomska, J., & Godawska, J. (2023). Towards sustainable development: The role of directors' international orientation and their diversity for non-financial disclosure [Hacia el desarrollo sostenible: el papel de

la orientación internacional de los directos y su diversidad para la divulgación no financiera]. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 30(1), 66-90. <https://doi.org/10.1002/csr.2339>

Dupont, Q., & Karpoff, J. M. (2020). The Trust Triangle: Laws, Reputation, and Culture in Empirical Finance Research [El triángulo de la confianza: leyes, reputación y cultura en una investigación financiera empírica]. *Journal of Business Ethics*, 163(2), 217-238. <https://doi.org/10.1007/s10551-019-04229-1>

Fanasch, P., & Frick, B. (2018). What Makes Cooperatives Successful? Identifying the Determinants of Their Organizational Performance [¿Qué hace a las cooperativas exitosas? Identificar los determinantes de su desempeño organizacional]. *Journal of Wine Economics*, 13(3), 282-308. <https://doi.org/10.1017/jwe.2018.28>

Forcadell, F. J., Nájera, J. J., Aracil, E., & Úbeda, F. (2025). So Good, but So Far Away? The Effect of Institutional Distance on the Parent CSR and Subsidiary Reputation Link [¿Tan bueno pero tan lejano? El efecto de la distancia institucional en la RSE de la matriz y la reputación de la filial]. *Business Ethics, the Environment and Responsibility*, 1-21. <https://doi.org/10.1111/beer.70043>

Franco-Agudelo, S. (2003). Momento y contexto de la violencia en Colombia. *Revista cubana de salud pública*, 29(1), 18-36.

Gallardo-Vázquez, D., Sánchez-Hernández, M. I., & Corchuelo-Martínez-Azúa, M. B. (2013). Validación de un instrumento de medida para la relación entre la orientación a la responsabilidad social corporativa y otras variables estratégicas de la empresa. *Revista de contabilidad*, 16(1), 11-23. [https://doi.org/10.1016/S1138-4891\(13\)70002-5](https://doi.org/10.1016/S1138-4891(13)70002-5)

Gangi, F., Daniele, L. M., & Varrone, N. (2020). How do corporate environmental policy and corporate reputation affect risk-adjusted financial performance? [¿Cómo afecta la política ambiental corporativa y la reputación corporativa al desempeño financiero ajustado al riesgo?] *Business Strategy and the Environment*, 29(5), 1975-1991. <https://doi.org/10.1002/bse.2482>

Gao, B., Ding, X., Chen, W., Jiang, X., & Wu, J. (2020). When online reviews meet ACSI: how ACSI moderates the effects of online reviews on hotel revenue [Cuando las reseñas en línea se encuentran con ACSI: cómo ACSI modera los efectos de las reseñas en línea en los ingresos del hotel]. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 37(3), 396-408. <https://doi.org/10.1080/10548408.2020.1767261>

- Gómez-Trujillo, A. M., Vélez-Ocampo, J., & González-Pérez, M. A. (2020). A literature review on the causality between sustainability and corporate reputation: What goes first? [Una revisión de la literatura sobre la causalidad de la sostenibilidad y reputación corporativa: ¿cuál va primero?]. *Management of Environmental Quality: an International Journal*, 31(2), 406-430. <https://doi.org/10.1108/MEQ-09-2019-0207>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (1998). *Multivariate Data Analysis* [Análisis de datos multivariado]. Prentice Hall.
- Han, H., Yu, J., Lee, K.-S., & Baek, H. (2020). Impact of corporate social responsibilities on customer responses and brand choices [Impacto de las responsabilidades sociales corporativas en respuestas elecciones de marca en los clientes]. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 37(3), 302-316. <https://doi.org/10.1080/10548408.2020.1746731>
- He, L., Conyon, M. J., & Chen, J. (2020). Signaling via earnings downgrades: How reputational concerns shape analyst responses to corporate fraud? [Señalización a través de rebajas de calificaciones de ganancias: cómo las preocupaciones por la reputación influyen en las respuestas de los analistas al fraude corporativo]. *Corporate Governance: an International Review*, 28(4), 240-263. <https://doi.org/10.1111/corg.12322>
- Hopkins, M. (2012). *Corporate social responsibility and international development: Is business the solution?* [Responsabilidad social corporativa y desarrollo internacional: ¿el negocio es la solución?]. Routledge.
- International Organization for Standardization (ISO). (2010). *ISO 26000: Guidance on social responsibility* [ISO 26000: Guía de responsabilidad social]. <https://www.iso.org/standard/42546.html>
- Javed, M., Rashid, M. A., Hussain, G., & Ali, H. Y. (2020). The effects of corporate social responsibility on corporate reputation and firm financial performance: Moderating role of responsible leadership [Los efectos de la responsabilidad social corporativa sobre la reputación corporativa y el desempeño financiero de la empresa: el rol mediador del liderazgo responsable]. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(3), 1395-1409. <https://doi.org/10.1002/csr.1892>

- Jeong, N. (2020). The impact of two types of CEO overcompensation on corporate social responsibility [El impacto de dos tipos de sobrecompensación de los CEOs sobre la responsabilidad social corporativa]. *Journal of Management and Governance*, 24(3), 749-767. <https://doi.org/10.1007/s10997-019-09482-0>
- Jiang, G., & Xu, Y. (2020). Tacit knowledge sharing in IT R&D teams: Nonlinear evolutionary theoretical perspective [Intercambio de conocimiento tácito en equipos de I + D de TI: perspectiva teórica evolutiva no lineal]. *Information and Management*, 57(4), 1-9. <https://doi.org/10.1016/j.im.2019.103211>
- Kowalczyk, R., & Kucharska, W. (2020). Corporate social responsibility practices incomes and outcomes: Stakeholders' pressure, culture, employee commitment, corporate reputation, and brand performance. A Polish-German cross-country study [Ingresos y resultados de las prácticas de responsabilidad social corporativa: Presión de las partes interesadas, cultura, compromiso de los empleados, reputación corporativa y desempeño de la marca. Un estudio comparativo entre Polonia y Alemania]. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(2), 595-615. <https://doi.org/10.1002/csr.1823>
- Latif, K. F., Pérez, A., & Sahibzada, U. F. (2020). Corporate social responsibility (CSR) and customer loyalty in the hotel industry: A cross-country study [Responsabilidad social corporativa (RSC) y fidelidad del cliente en la industria hotelera: un estudio transnacional]. *International Journal of Hospitality Management*, 89, 1-13. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102565>
- Laville, J. L., & Cattani, A. D. (Eds.). (2010). *The handbook of social economy: Theorizing and practicing social economy* [El manual de la economía social: Teorizar y practicar economía social]. Edward Elgar Publishing.
- Lee, G., Cho, S. Y., Arthurs, J., & Lee, E. K. (2020). Celebrity CEO, identity threat, and impression management: Impact of celebrity status on corporate social responsibility [Jefes ejecutivos famosos, amenazas a la identidad y gestión de impresiones: el impacto del estatus de celebridad sobre la responsabilidad social corporativa]. *Journal of Business Research*, 111, 69-84. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.01.015>
- Lee, Y. H., Hsiao, C., & Chen, Y. C. (2017). Linking positive psychological capital with customer value co-creation [Vincular el capital psicológico positivo con la co-creación de valor del cliente]. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(4), 1235-1255. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-05-2015-0266>

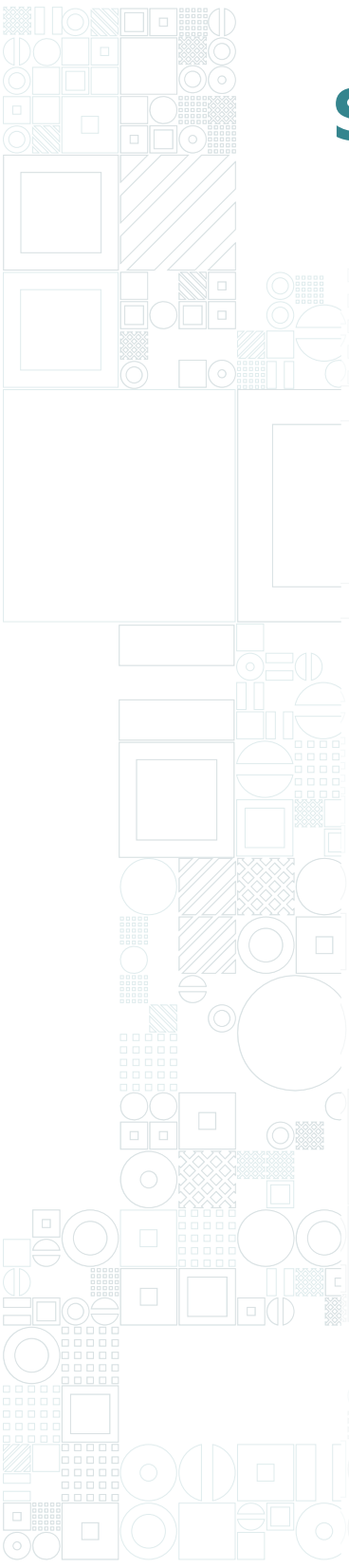
- Lei, X., & Yu, J. (2024). Striving for sustainable development: Green financial policy, institutional investors, and corporate ESG performance [En busca del desarrollo sostenible: política financiera verde, inversores institucionales y desempeño ESG corporativo]. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 31(2), 1177-1202. <https://doi.org/10.1002/csr.2630>
- Li, K., & Li, X. (2024). How does Employee Education Affect Employer's Corporate Social Responsibility? Evidence from China [¿Cómo afecta la educación de los empleados a la responsabilidad social corporativa? Evidencia de China]. *Economics Letters*, 234, 1-5. <https://doi.org/10.1016/j.econlet.2023.111498>
- Luo, J., & Liu, Q. (2020). Corporate social responsibility disclosure in China: Do managerial professional connections and social attention matter? [Divulgación de la responsabilidad social corporativa en China: ¿Importan las conexiones profesionales gerenciales y la atención social?] *Emerging Markets Review*, 43, 1-16. <https://doi.org/10.1016/j.ememar.2020.100679>
- Marland, A., & DeCillia, B. (2020). Reputation and Brand Management by Political Parties: Party Vetting of Election Candidates in Canada [Reputación y gestión de marca por parte de los partidos políticos: la investigación de antecedentes de los candidatos electorales en Canadá]. *Journal of Nonprofit and Public Sector Marketing*, 32(4), 342-363. <https://doi.org/10.1080/10495142.2020.1798857>
- Miras-Rodríguez, M. D. M., Bravo-Urquiza, F., & Escobar-Pérez, B. (2020). Does corporate social responsibility reporting actually destroy firm reputation? [¿Los informes de responsabilidad social corporativa realmente destruyen la reputación de la empresa?] *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(4), 1947-1957. <https://doi.org/10.1002/csr.1938>
- Mohr, L. A., Webb, D. J., & Harris, K. E. (2001). Do consumers expect companies to be socially responsible? The impact of corporate social responsibility on buying behavior [¿Esperan los consumidores que las empresas sean responsables socialmente? El impacto de la responsabilidad social corporativa en el comportamiento de compra]. *Journal of Consumer Affairs*, 35(1), 45-72. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2001.tb00102.x>
- Muhammad, H., Paolone, F., & Migliori, S. (2025). Board gender diversity and accounting conservatism: the role of corporate social responsibility [Diversidad de género en los consejos directivos y conservadurismo contable: el rol de la responsabilidad social corporativa]. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 16(1), 107-136. <https://doi.org/10.1108/SAMPJ-11-2023-0835>

- Omidvar, M., & Palazzo, M. (2025). Corporate Social Responsibility Dimensions and Brand Equity in Restaurant Sector: The Mediating Role of Brand Reputation in the Age of the Metaverse [Dimensiones de la responsabilidad social corporativa y equidad de marca en el sector de restaurantes: el rol mediador de la reputación de marca en la era del Metaverso]. *Corporate Reputation Review*, 1-13. <https://doi.org/10.1057/s41299-025-00224-7>
- Park, S., Yang, D., Cha, H., & Pyeon, S. (2020). The Halo Effect and Social Evaluation: How Organizational Status Shapes Audience Perceptions on Corporate Environmental Reputation [El efecto halo y la evaluación social: cómo el estatus organizacional influye en la percepción de la audiencia sobre la reputación ambiental corporativa]. *Organization and Environment*, 33(3), 464-482. <https://doi.org/10.1177/1086026619858878>
- Pecaut, D., & González, L. (1997). Presente, pasado y futuro de la violencia en Colombia. *Desarrollo económico*, 36(144), 891-930. <https://doi.org/10.2307/3467131>
- Pérez-Cornejo, C., de Quevedo-Puente, E., & Delgado-García, J. B. (2020). Reporting as a booster of the corporate social performance effect on corporate reputation [Elaboración de informes como potenciador del efecto del desempeño social corporativo sobre la reputación corporativa]. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(3), 1252-1263. <https://doi.org/10.1002/csr.1881>
- Purvis, B., Mao, Y., & Robinson, D. (2019). Three pillars of sustainability: in search of conceptual origins [Tres pilares de la sostenibilidad: en busca de los orígenes conceptuales]. *Sustainability science*, 14, 681-695. <https://doi.org/10.1007/s11625-018-0627-5>
- Qu, X., Al Mamun, A., Sun, H., Masukujjaman, M., Wu, M., & Yang, Q. (2025). The ripple effect of CSR: How ethical and philanthropic efforts drive reputation and long-term success [El efecto domino de la RSC: cómo los esfuerzos éticos y filantrópicos impulsan la reputación y el éxito a largo plazo]. *Acta Psychologica*, 261, 1-14. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2025.105947>
- Rasoolimanesh, S. M., Tan, P. L., Nejati, M., & Shafaei, A. (2024). Corporate social responsibility and brand loyalty in private higher education: mediation assessment of brand reputation and trust [Responsabilidad social corporativa y fidelidad de marca en educación superior privada: evaluación de la mediación de la reputación y la confianza de marca]. *Journal of Marketing for Higher Education*, 34(1), 156-177. <https://doi.org/10.1080/08841241.2021.1973645>

- Rim, H., & Ferguson, M. A. T. (2020). Proactive Versus Reactive CSR in a Crisis: an Impression Management Perspective [RSC proactiva contra RSC reactiva en crisis: una perspectiva desde la gestión de impresiones]. *International Journal of Business Communication*, 57(4), 545-568. <https://doi.org/10.1177/2329488417719835>
- Rolf, S. (2025). Responding to a societal crisis: How does corporate social responsibility engagement influence corporate reputation? [Responder a una crisis social: ¿Cómo el compromiso de la responsabilidad social corporativa influencia la reputación corporativa?] *Journal of General Management*, 51(1), 127-140. <https://doi.org/10.1177/03063070231170051>
- Sang, Y., & Han, E. (2023). A win-win way for corporate and stakeholders to achieve sustainable development: Corporate social responsibility value co-creation scale development and validation [Una forma beneficiosa para las empresas y las partes interesadas de lograr un desarrollo sostenible: desarrollo y validación de la escala de co-creación de valor de la responsabilidad social corporativa]. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 30(3), 1177-1190. <https://doi.org/10.1002/csr.2412>
- Santos, M. R. C., Laureano, R. M. S., & Moro, S. (2020). Unveiling Research Trends for Organizational Reputation in the Nonprofit Sector [Revelando tendencias de investigación sobre reputación organizacional en el sector sin fines de lucro]. *Voluntas*, 31(1), 56-70. <https://doi.org/10.1007/s11266-018-00055-7>
- Schaarschmidt, M., & Walsh, G. (2020). Social media-driven antecedents and consequences of employees' awareness of their impact on corporate reputation [Antecedentes y consecuencias de la conciencia de los empleados sobre su impacto en la reputación corporativa a través de las redes sociales]. *Journal of Business Research*, 117, 718-726. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.11.027>
- Singh, P. K., Sunder, R. G., Mahamuni, P. N., Singh, E. N., Das, B. K., Jumle, A. G., & Kashayp, R. (2023). Corporate social responsibility & students' perceptions: evidence from Indian higher education institutions [Responsabilidad social corporativa y percepciones de estudiantes: evidencia de instituciones de educación superior de India]. *F1000Research*, 12, 1-14. <https://doi.org/10.12688/f1000research.137572.1>
- Song, B., Wen, J., & Ferguson, M. A. (2020). Toward effective CSR communication in controversial industry sectors [Hacia la comunicación efectiva de la RSC en sectores industriales controversiales]. *Journal of Marketing Communications*, 26(3), 243-267. <https://doi.org/10.1080/13527266.2018.1536887>

- Srivastava, V., & Srivastava, R. L. (2023). Corporate social responsibility practices of public and private firms: an exploration of education and healthcare initiatives [Prácticas de responsabilidad social corporativa de empresas públicas y privadas: una exploración de iniciativas de educación y atención sanitaria]. *International Journal of Business and Globalisation*, 34(1), 93-111. <https://doi.org/10.1504/ijbg.2023.131273>
- Starr, R. G., Zhu, A. Q., Frethey-Bentham, C., & Brodie, R. J. (2020). Peer-to-peer interactions in the sharing economy: Exploring the role of reciprocity within a Chinese social network [Interacciones entre pares en la economía colaborativa: explorar el rol de la reciprocidad en el interior de la red social china]. *Australasian Marketing Journal*, 28(3), 67-80. <https://doi.org/10.1016/j.ausmj.2020.06.002>
- Tan, J., Syeda, M., & Aronson, B. (2025). (Be)coming Socially Just Teacher Educators: The Role of Critical Collaborative Teacher Education [Convertirse en formadores de docentes socialmente justos: el rol de la formación docente crítica y colaborativa]. *Educational Studies. A Journal of the American Educational Studies Association*, 61(3), 298-321. <https://doi.org/10.1080/00131946.2025.2489405>
- Ting, S. H., Yahya, S., & Tan, C. L. (2020). Importance-Performance Matrix Analysis of the Researcher's Competence in the Formation of University-Industry Collaboration Using Smart PLS [Análisis de la matriz importancia-desempeño de la competencia del investigador en la formación de la colaboración universidad-empresa mediante Smart PLS]. *Public Organization Review*, 20(2), 249-275. <https://doi.org/10.1007/s11115-018-00435-z>
- Toenshoff, C. L. (2025). Collective irresponsibility: corporate reputations and the role of associations in lobbying [Irresponsabilidad colectiva: reputaciones corporativas y el rol de las asociaciones en el lobby]. *Business and Politics*, 1-23. <https://doi.org/10.1017/bap.2025.14>
- Pacto Mundial de las Naciones Unidas. (2015). *The Ten Principles of the UN Global Compact* [Los diez principios del pacto global de las Naciones Unidas]. <https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/mission/principles>
- Välimäki, J. (2002). *Sustainable development reporting: frameworks* [Informes de Desarrollo sostenible: marcos de trabajo]. Background paper for discussion at EEA SoE expert group workshop. <https://www.un.org/en/conferences/environment/johannesburg2002>

- Vigolo, V., Mion, G., & Sá, P. (2025). Gaining legitimation during environmental crises: an inquiry into the relationship between corporate social responsibility, reputation, and blame attribution [Obtener legitimación durante crisis ambientales: una investigación sobre la relación entre la responsabilidad social corporativa, reputación y atribución de culpas]. *Social Responsibility Journal*, 21(5), 1009-1031. <https://doi.org/10.1108/SRJ-04-2024-0294>
- Yang, Y., & Stohl, C. (2020). The (in)congruence of measures of corporate social responsibility performance and stakeholder measures of corporate social responsibility reputation [La (in)congruencia entre las medidas del desempeño de la responsabilidad social corporativa y las medidas de la reputación de la responsabilidad social corporativa por parte de las partes interesadas]. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(2), 969-981. <https://doi.org/10.1002/csr.1859>
- Yu, Z., Khan, S. A. R., & Liu, Y. (2020). Exploring the Role of Corporate Social Responsibility Practices in Enterprises [Explorar el rol de las prácticas de la responsabilidad social corporativa en empresas]. *Journal of Advanced Manufacturing Systems*, 19(3), 449-461. <https://doi.org/10.1142/S0219686720500225>
- Yuan, J., Shahzad, M. F., Waheed, A., & Wang, W. (2024). Sustainable development in brand loyalty: Exploring the dynamics of corporate social responsibility, customer attitudes, and emotional contagion [Desarrollo sostenible en fidelidad de marca: explorar la dinámica de la responsabilidad social corporativa, actitudes de clientes y contagio emocional]. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 31(2), 1042-1051. <https://doi.org/10.1002/csr.2621>
- Zhao, Y., Zhou, R., & Yang, B. (2020). A 2020 perspective on "How knowledge contributor characteristics and reputation affect user payment decisions in paid Q&A? An empirical analysis from the perspective of trust theory" [Una perspectiva de 2020 sobre "¿Cómo las características y la reputación de los contribuyentes del conocimiento afectan las decisiones de pago de los usuarios en las preguntas y respuestas pagadas? Un análisis empírico desde la perspectiva de la teoría de la confianza"]. *Electronic Commerce Research and Applications*, 40, 1-2. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2020.100942>
- Zizka, L., McGunagle, D. M., & Clark, P. J. (2021). Sustainability in science, technology, engineering and mathematics (STEM) programs: Authentic engagement through a community-based approach [Sostenibilidad en programas de ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas (STEM): compromiso auténtico a través de un enfoque comunitario]. *Journal of Cleaner Production*, 279, 1-15. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.123715>



Síntesis y reflexión final

Los diferentes capítulos que componen esta publicación coinciden en una visión común: las organizaciones, sean públicas o privadas, cooperativas o comunitarias, deben repensarse a la luz de los desafíos contemporáneos que implican la innovación tecnológica, la equidad social, la violencia basada en género, la sostenibilidad ambiental y la justicia económica.

Entre los hallazgos más relevantes se destacan:

- La infraestructura portuaria y los grandes proyectos de desarrollo requieren una articulación con el ecosistema local de emprendimiento para evitar la dependencia de actores externos y fomentar el desarrollo endógeno.
- La inteligencia artificial, utilizada con criterios éticos y de equidad, puede constituirse en una herramienta para mejorar la empleabilidad de grupos tradicionalmente marginados, siempre que se puedan controlar los sesgos y se promuevan procesos de alfabetización digital inclusiva en las organizaciones.
- La cooperación económica y solidaria surge como una alternativa viable para democratizar el acceso al mercado, fortalecer la autonomía territorial y combatir la exclusión social desde modelos organizacionales participativos.
- El análisis evidencia una brecha entre el conocimiento de la normatividad sobre violencia basada en género y su aplicación efectiva en las cooperativas. Aunque se reconocen sus consecuencias legales y sociales, persisten prácticas de violencia debido a estereotipos y arraigos culturales, lo que demuestra la necesidad de estrategias educativas, institucionales y comunitarias para su prevención.
- El enfoque territorial presente en los estudios de caso de Urabá, Bucaramanga, Antioquia y México, reafirma que las estrategias organizacionales exitosas deben considerar las realidades locales, sus actores, saberes, necesidades y trayectorias históricas.

Por último, se concluye que el factor educativo, tanto formal como no formal, representa un eje transversal que impulsa la innovación social, el fortalecimiento institucional, la equidad de género y el desarrollo empresarial con propósito.

Esta compilación se consolida al invitar a pensar las organizaciones desde una perspectiva holística, innovadora y comprometida con la transformación de la sociedad.

La publicación surge en el marco del compromiso de la Universidad Católica Luis Amigó con la investigación aplicada, la producción de conocimiento con impacto social y la consolidación de ecosistemas de innovación. A través de cinco capítulos, los autores docentes e investigadores de distintas áreas y regiones, abordan desde diferentes perspectivas temáticas como el emprendimiento en regiones portuarias, la cooperación económica, la inteligencia artificial e innovación inclusiva, la violencia basada en género, la gestión del conocimiento, y el desarrollo territorial, entre otros.