

DOCUMENTOS  
DE TRABAJO

Programa de  
Contaduría Pública



No. **2**

# ECONOMÍA CIVIL DE MERCADO Y COMUNIDADES QUE RECONSTRUYEN TEJIDO SOCIAL

JHON JAIRO RONCANCIO CASALLAS, IVONNE STEFANY MONTAÑEZ BARRERA  
JEISON STICK RODRÍGUEZ PABÓN

FECHA DE RECEPCIÓN: SEPTIEMBRE DE 2017  
FECHA DE PUBLICACIÓN: NOVIEMBRE DE 2018

**AREANDINA**  
Fundación Universitaria del Área Andina

# ECONOMÍA CIVIL DE MERCADO Y COMUNIDADES QUE RECONSTRUYEN TEJIDO SOCIAL

© Fundación Universitaria del Área Andina  
Bogotá, noviembre de 2018  
© Jhon Jairo Roncancio Casallas  
Ivonne Stefany Montañez Barrera  
Jeison Stick Rodríguez Pabón

## **Fundación Universitaria del Área Andina**

Calle 70 No. 12-55, Bogotá, Colombia  
Tel: +57 (1) 7424218 Ext. 1231  
Correo electrónico: publicaciones@areandina.edu.co

**Dirección editorial:** Eduardo Mora Bejarano

**Coordinación editorial:** Camilo Andrés Cuéllar Mejía

**Diseño de colección:** Ivonne Carolina Cardozo Pachón

**Corrección de estilo y diagramación:** Entrelibros E-book  
Solutions



## **BANDERA INSTITUCIONAL**

Pablo Oliveros Marmolejo †  
Gustavo Eastman Vélez

### **Miembros Fundadores**

Diego Molano Vega

**Presidente de la Asamblea General y del Consejo Superior**

José Leonardo Valencia Molano

**Rector Nacional  
Representante Legal**

Martha Patricia Castellanos Saavedra

**Vicerrectora Nacional Académica**

Erika Milena Ramírez Sánchez

**Vicerrectora Nacional Administrativa y Financiera**

María Angélica Pacheco Chica

**Secretaria General**

Eduardo Mora Bejarano

**Director Nacional de Investigaciones**

Camilo Andrés Cuéllar Mejía

**Coordinador Nacional de Publicaciones**

Mauricio Andrés Hernández Anzola

**Decano Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas  
y Financieras**

Las series de documentos de trabajo de la Fundación Universitaria del Área Andina se crearon para divulgar procesos académicos e investigativos en curso, pero que no implican un resultado final. Se plantean como una línea rápida de publicación que permite reportar avances de conocimiento generados por la comunidad de la institución.



# ECONOMÍA CIVIL DE MERCADO Y COMUNIDADES QUE RECONSTRUYEN TEJIDO SOCIAL

Jhon Jairo Roncancio Casallas  
Ivonne Stefany Montañez Barrera  
Jeison Stick Rodríguez Pabón

## Resumen

El Semillero de Contabilidad Ambiental y Responsabilidad Social Empresarial de la Fundación Universitaria del Área Andina pretende reflexionar en torno al aporte de la contabilidad en la ejecución de prácticas del bien común, las cuales permitan evaluar el impacto de las acciones humanas sobre la responsabilidad social de las comunidades y el desarrollo e implementación de modelos económicos alternativos, para hacer frente a la crisis ambiental contemporánea y a la vulnerabilidad de comunidades.

Este artículo reconstruye experiencias en organizaciones sociales al ver la práctica de diferentes acciones que desarrollan tejido social, mediante la implementación de modelos económicos alternativos, con ello busca una solución sobre la problemática de sostenimiento en las organizaciones y logra que las comunidades (mediante la implementación de diferentes prácticas) sean organizadas, sostenibles y perduren en el tiempo. Por medio de esta propuesta se pretende socializar los resultados de una búsqueda sistemática de bibliografía sobre economía civil de mercado en

### **Cómo citar este documento:**

Roncancio-Casallas, J. J., Montañez-Barrera, I. S. y Rodríguez-Pabón, J. S. (2018). *Economía civil de mercado y comunidades que reconstruyen tejido social* (documentos de trabajo N°. 2). Bogotá: Fundación Universitaria del Área Andina.

organizaciones emergentes. Asimismo, compartir vivencias, elementos y aspectos representativos de la economía civil de mercado, al abordar el papel que ejercen las comunidades en el diseño de instituciones económicas, lo que dará como resultado una reflexión de actitudes y comportamientos ciudadanos que contribuyen y aportan al modelo económico civil. De igual forma, se reconoce como dato relevante la participación del profesor Stefano Zamagni, principal exponente, autor y referente del tema economía civil del mercado.

**Palabras clave:** estabilidad, reciprocidad, cultura, mercado, equidad, comunidades.

## Introducción

En las sociedades existen necesidades ilimitadas de la mano con recursos limitados; producto de esto surgen diferentes modelos económicos como alternativas para lograr una mejor distribución de capitales y asignación de recursos naturales; como muestra de esto, tenemos modelos económicos de modo liberal, neoliberal, comunismo, social, civil y demás.

La economía civil de mercado es un modelo económico basado en la reciprocidad, el bien común y no individualista, en la organización y distribución de recursos. Este tiene principios arraigados en la equidad, la tolerancia, la reciprocidad, la estabilidad y la responsabilidad.

De acuerdo al pensamiento del profesor Zamagni<sup>1</sup>, la economía civil de mercado se diferencia de otras economías al aplicar la lógica del bien común, de tal manera que no se puede omitir el bien de algunos, ya que el de los demás desaparece, para obtener el bien común al que se hace referencia tiene que haber un diálogo continuo entre economía, política y ética, el modelo civil no busca el lucro ni maximización de ganancias (Universidad Pontificia Comillas, 2013).

### Metodología

Se realizó una búsqueda sistemática de literatura científica en bases de datos especializadas, revisadas por fuentes web de calidad (Scopus, Google Scholar y Ebscohost)<sup>2</sup>.

Este artículo reconstruye experiencias entre 2014 y 2016 en organizaciones sociales, donde se visualiza la práctica de diferentes acciones que desarrollan tejido social mediante la implementación de modelos económicos alternativos, que buscan una solución sobre la problemática de sostenimiento en las organizaciones y logran que las comunidades, mediante la implementación de diferentes prácticas, sean organizadas, sostenibles y perduren en el tiempo.

---

<sup>1</sup> Stefano Zamagni (Rimini, 4 de enero de 1943) es un economista italiano expresidente de la Agencia para el Tercer Sector.

Por medio de entrevistas y exploración de campo, se observaron formas de organización para implementar modelos económicos, luego se realizaron unas matrices con la que se indicó un diagnóstico que posteriormente fue una ruta para la estructuración de las organizaciones.

La presente investigación sobre economía civil de mercado se ha enfocado en realizar parte de su investigación en tres partes de la ciudad: Suba, Ciudad Bolívar y Barrio Santa Fe. Por ello, se realizó una investigación sobre estas comunidades y así realizar la exploración detallada con estas que son vulnerables. Se evalúa por medio de unos ejes investigativos los tipos de herramientas que se pueden adecuar a cada una de ellas, donde planteamos una ejecución de acción de trabajo al usar las herramientas y los referentes teóricos que nos ayudarán a obtener la mejor metodología de nuestra investigación, con ánimos de mejorar los recursos de estas comunidades y que así tengan más sostenibilidad en el tiempo, lo que permite reconstruir un tejido social más estable y facilita que estas comunidades tengan una mejor economía y una vida social más digna para su futuro.

## Antecedentes

El concepto de “economía civil” es una expresión antigua que proviene de la línea del humanismo que está en contra del individualismo, el término se utiliza en la economía aproximadamente hacia el año 1992, posterior a la publicación de “Toward a civil economy”.

Los economistas Bruni y Zamagni enfatizan en pro de una solución y en busca de la aplicabilidad de diferentes prácticas económicas subyacentes a la economía civil, entre las que se mencionan la reciprocidad y la igualdad en los mercados; con lo cual se busca corregir estos problemas en las instituciones económicas, puesto que ellas tienen la capacidad de promover y fomentar la equidad y la igualdad de condiciones en empresas y organizaciones pertenecientes a la sociedad civil, las cuales se orienten en una racionalidad recíproca, por tal razón, es fundamental ayudar a corregir las falencias presentadas en estas instituciones económicas, al estructurar como base los principios regulativos de eficiencia y equidad, mediante mecanismos como la solidaridad de forma que se presente un correcto y sostenible funcionamiento.

Con el principio de la equidad se logran corregir posibles deficiencias en la distribución de riquezas y con el principio de eficiencia se permite la generación de riqueza para la sociedad de manera involuntaria.

### *Debate: economía civil de mercado*

El enfoque civil en la economía deriva de una clara idea mencionada anteriormente, en el cual las sociedades actuales mantienen necesidades de adquisición de bienes y explotación de los mismos: las economías actuales dan abasto con el consumismo en el que nos encontramos.

Zamagni y otros autores como Bruni<sup>3</sup> hablan de la solución, para la aplicación y la implementación en las organizaciones y las empresas civiles, para que orienten sus operaciones por la lógica de la reciprocidad y la igualdad de condiciones dentro de los mercados, al seguir los principios del desarrollo integral (económico, social y humano), siendo estos la eficiencia, la equidad y la reciprocidad (Universidad Pontificia Comillas, 2013).

Se puede determinar la influencia que ha tenido esta alternativa de mercado en el crecimiento que ha reflejado en la última década, debido al enfoque que brinda a las organizaciones y al diseño de instituciones económicas en pro de la orientación a organizaciones y empresas con y sin ánimo de lucro. El diseño de estas tiene, entre otros objetivos, el ser regulado en un marco para abordar con éxito las deficiencias de los mercados tradicionales, lo que va en contra del homo economicus individualista y egoísta.

Como ejemplo de aquellas compañías con ánimo de lucro que se contagiaron de iniciativas civiles, tenemos a Google y a Pixar, grandes corporaciones influenciadas por la reciprocidad que gestionan mejoras relacionadas al ámbito interno.

El modelo económico como propuesta alternativa a la economía neoliberal se ha convertido en una idea posible, ya que diferentes empresas y organizaciones del mundo se encuentran desarrollando labores al respecto, apoyándose en el pensamiento recíproco del modelo económico.

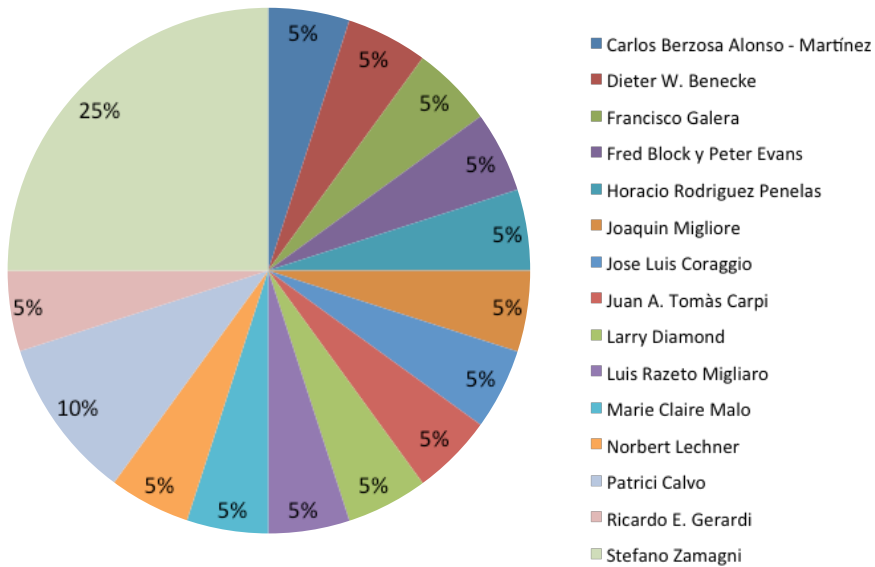
Es de entender que la economía civil favorece las relaciones como la amistad, la confianza y la reciprocidad, las cuales se relacionan al éxito de la actividad económica sostenible.

---

<sup>3</sup> Luigino Bruni (Ascoli Piceno, 30 maggio 1966) è un economista, accademico, scrittore e giornalista italiano.



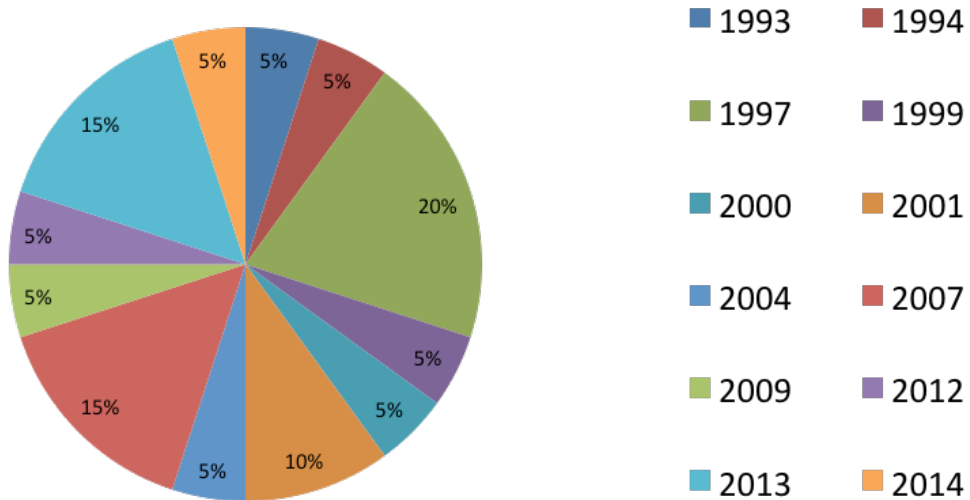
**TABLAS Y FIGURAS**  
**FIGURA 1.**  
 RESULTADOS POR AUTOR



Fuente: elaboración propia.

En la anterior figura se muestran los porcentajes de los resultados que tomamos como referentes teóricos y que no han ayudado a nuestra investigación, lo que resulta en conocer qué autores han venido trabajando sobre el tema y cuáles han tenido más desarrollo a lo largo de su investigación. Así, el señor Stefano Zamagni es uno de los que han incursionado más sobre el tema y nos ha servido más para nuestra investigación.

**FIGURA 2.**  
PUBLICACIONES POR AÑO



Fuente: elaboración propia.

En la figura 2 se observa el año de publicación de cada autor. Esta se ha hecho con el fin de ver qué tan actualizado está la persona que indagamos sobre el tema de economía civil de mercado y ayudarnos con herramientas más actuales.

### *Vivencias y experiencias*

Gracias a las vivencias tenidas durante este tiempo en las diferentes comunidades, hemos podido detallar varias falencias, debilidades e ítems muy similares entre estas comunidades. A continuación relacionamos alguna de ellas:

Dentro de las oportunidades:

- » Crecimiento en la distribución de su producto
- » Consolidación de un equipo de trabajo
- » Aumento la oferta del bien o autosostenibilidad en el tiempo
- » Alianzas con diferentes comunidades que brinden servicios complementarios

**TABLA 1.**  
MATRIZ DE DIAGNÓSTICO DOFA

<b>MATRIZ DE DIAGNÓSTICO DOFA</b>			
<b>OPORTUNIDADES</b>		<b>DEBILIDADES</b>	
1	Aumentar la participación del mercado en el sector	1	Modelo de contratación de personal por no ser empresa
2	Venta de productos en otros almacenes para adquirir financiación para una mayor cantidad de materia prima	2	No se estimula la creación de nuestros productos, tanto en la creación como en la innovación
3	Fuente de empleo para más personas vulnerables, a lo largo del crecimiento de la empresa	3	Desconocimiento de parte de áreas de comercialización de producto
4	Adquisición de nueva tecnología para la producción de nuevos estilos	4	Esta empresa no tiene una marca reconocida
5	Aprovechamiento para la creación de nuestra nueva marca	5	Carecen de toda la parte de conocimiento de software tecnológico para su realización de ventas en línea
<b>AMENAZAS</b>		<b>FORTALEZAS</b>	
1	Baja disponibilidad de materia prima para empezar la creación de nuestra empresa sostenible	1	Capacidad de producción a pequeñas escalas
2	La creación de la empresa se encuentra limitada respecto a los recursos financieros y materiales para poder invertir y obtener mayor participación en el mercado	2	Capacidad industrial para producir
3	Sobreoferta de almacenes en el sector que va a residir la empresa	3	Uso de tecnología y de máquinas otorgadas por el Estado
4	Falta de experiencia en la parte de mercado y ventas	4	Nuevos proyectos encaminados al diseño propio
5	Diversidad de competidores	5	Nuevos mercados y ofertas para otros almacenes del producto

Fuente: elaboración propia.

En el respectivo análisis DoFA se evidencian las pequeñas oportunidades del sector, de lo cual, gracias a la capacitación que ha tenido la señora Rita, se podrán diseñar prendas de vestir que podrán ofrecer al mercado de lo que puede ser innovador, tener sus propios diseños y dar a conocer al público. Una de las complicaciones más notorias es que a lo largo de su estadía aquí tienen unas obligaciones, por lo cual su fuente de ingresos no puede ponerlo como recursos financieros para hacer inversión en materia prima y tener una producción.

**TABLA 2.**  
MATRIZ DE ANÁLISIS - FACTOR INTERNO

<b>MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTOR INTERNO</b>			
<b>FACTOR CRÍTICO</b>	<b>PESO</b>	<b>CALIFICACIÓN</b>	<b>CALIFICACIÓN PONDERADA</b>
<b>FORTALEZAS</b>			
Capacidad de producción a pequeñas escalas	20 %	5	1,00
Capacidad industrial para producir	5 %	3	0,15
Uso de la tecnología y de máquinas otorgadas por el Estado	12 %	5	0,60
Nuevos proyectos encaminados al diseño propio	8 %	5	0,40
Nuevos mercados y ofertas para otros almacenes del producto	5 %	5	0,25
<b>FACTOR CRÍTICO</b>	<b>PESO</b>	<b>CALIFICACIÓN</b>	<b>CALIFICACIÓN PONDERADA</b>
<b>DEBILIDADES</b>			
Modelo de contratación de personal por no ser empresa	5 %	1	0,05
No se estimula la creación de nuestros productos tanto en la creación como en la innovación	10 %	4	0,40
Desconocimiento de áreas de comercialización del producto	3 %	3	0,09
Esta empresa no tiene una marca reconocida	20 %	5	1,00
Carecen de toda la parte de conocimiento de software tecnológico para su realización de ventas en línea	12 %	4	0,48
<b>Total</b>	<b>100 %</b>		<b>4,42</b>

Fuente: elaboración propia.

**TABLA 3.**  
MATRIZ DE ANÁLISIS - FACTOR EXTERNO

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTOR EXTERNO			
FACTOR CRÍTICO	PESO	CALIFICACIÓN	CALIFICACIÓN PONDERADA
<b>OPORTUNIDADES</b>			
Aumentar la participación del mercado en el sector	0,15	5	0,75
Venta de productos en otros almacenes para adquirir financiación para una mayor cantidad de materia prima	0,05	3	0,15
Fuente de empleo para más personas vulnerables, a lo largo del crecimiento de la empresa	0,15	5	0,75
Adquisición de nueva tecnología para la producción de nuevos estilos	0,1	5	0,5
Aprovechamiento para la creación de nuestra nueva marca	0,05	4	0,2
FACTOR CRÍTICO	PESO	CALIFICACIÓN	CALIFICACIÓN PONDERADA
<b>AMENAZAS</b>			
Baja disponibilidad de materia prima para empezar la creación de nuestra empresa sostenible	0,15	4	0,6
La creación de esta empresa se encuentra limitada respecto a los recursos financieros y materiales para poder invertir y obtener una mayor participación en el mercado	0,1	3	0,3
Sobreoferta de almacenes en el sector que va a residir la empresa	0,05	1	0,05
Falta de experiencia en la parte de mercado y ventas	0,05	4	0,2
Diversidad de competidores	0,15	5	0,75
<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>4,25</b>

**Fuente:** elaboración propia.

Esta matriz nos permite resumir y evaluar la información económica, demográfica, ambiental, gubernamental, jurídica, tecnológica y competitiva de nuestra organización. Existen una serie de inconvenientes, pero el principal es la ubicación, ya que no hay un lugar visible al público para vender sus productos y exponerlos al mercado para verse y hacerse conocer.

## Matriz de perfil de competencia

**TABLA 4.**  
MATRIZ DEL PERFIL DE COMPETENCIA

MATRIZ DEL PERFIL DE COMPETENCIA											
FACTOR CRÍTICO DE ÉXITO	PONDERADO	ALMACÉN PAMELA		ALMACÉN GALAM		CREACIONES PUNTO DG		ALMACÉN CHERY		ALMACÉN BECERRA	
		CALIFICACIÓN	TOTAL	CALIFICACIÓN	TOTAL	CALIFICACIÓN	TOTAL	CALIFICACIÓN	TOTAL	CALIFICACIÓN	TOTAL
Respaldo de marca y trayectoria	15%	5	0,0	5	0,0	2	0,0	2	0,0	4	0,0
Servicio	14%	4	0,0	3	0,0	5	0,0	4	0,0	4	0,0
Calidad materiales y tratamientos	15%	5	0,0	4	0,0	4	0,0	5	0,0	4	0,0
Facilidades de pago	13%	4	0,0	4	0,0	3	0,0	2	0,0	5	0,0
Cobertura	12%	4	0,0	5	0,0	2	0,0	4	0,0	3	0,0
Precio	16%	5	0,0	4	0,0	5	0,0	4	0,0	5	0,0
Publicidad	15%	4	0,0	5	0,0	2	0,0	5	0,0	3	0,0
Total	100%		0,0		0,0		0,0		0,0		0,0

Fuente: elaboración propia.

## Matriz estratégica

**TABLA 5.**  
MATRIZ ESTRATÉGICA

ESTRATEGIAS GENÉRICAS		
NÚM.	ESTRATEGIAS	DEFINICIÓN
1	Llevar una contabilidad de costos	Adquirir la posesión de los distribuidores o detallistas
2	Realizar o implementar estrategias con nuevos proveedores	Adquirir proveedores estratégicos
3	Incursionar con la competencia más cercana a nuestro mercado	Adquirir la competencia
4	Tratar de conseguir una mayor participación en el mercado para los productos o los servicios actuales en los segmentos nuevos	Tratar de conseguir una mayor participación en el mercado para los productos o los servicios actuales en los segmentos nuevos
5	Introducir productos o servicios presentes en zonas geográficas diferentes o en segmentos nuevos	Introducir productos o servicios presentes en zonas geográficas diferentes o en segmentos nuevos
6	Empezar a realizar nuevos productos para ver el potencial de la nueva marca	Mejorar o modificar los productos actuales para mantenerles en el mismo mercado
7	Vender una parte de ella vía accionaria, usualmente se observa en conglomerados o holdings	Introducción de productos o servicios nuevos pero relacionados

Fuente: elaboración propia.

**TABLA 6.**  
MATRIZ PEST

MATRIZ PEST					
POLÍTICOS	1	Protección del consumidor	ECONÓMICOS	1	Costos de energía
	2	Legislación sobre utilización de material y utilización para el medio ambiente		2	Distribución de ingreso
	3	Incentivos políticos		3	Incursión sobre implementación de nuevos empleos
SOCIALES	1	Nivel de riqueza	TECNOLÓGICOS	1	Actualmente se posicionará con una calidad tecnológica en el mercado para la investigación y las nuevas tendencias de moda
	2	Ubicación en el sector y que se pueda tener un alta influencia al publico		2	Capacidad industrial para producir
	3	Modas en las cuales tengamos salidas		3	Nuevos productos y nuevos desarrollos en la parte industria

Fuente: elaboración propia.

En el análisis PEST, podemos identificar los factores del entorno general que pueden afectar a la comunidad que venimos acompañando, siendo esta una herramienta útil para comprender la posición de creaciones punto g, dentro del mercado, referente a factores políticos, sociales, económicos y tecnológicos.

**FIGURA 3.**  
COMUNIDADES DEL SEMILLERO DE INVESTIGACIÓN



Fuente: elaboración propia.

**FIGURA 4.**

FOTOGRAFÍAS DEL SEMILLERO DE SUBA







Fuente: elaboración propia.

**FIGURA 5.**

FOTOGRAFÍAS DEL SEMILLERO VILLAS DE GRANADA



Fuente: elaboración propia.

**FIGURA 6.**

FOTOGRAFÍAS DEL SEMILLERO DE CIUDAD BOLÍVAR



Fuente: elaboración propia.

## Conclusiones

Referente a la búsqueda sistemática de economía civil del mercado, se encuentra poca literatura que se ajuste al objetivo planteado en la investigación, el cual es un enfoque a organizaciones vulnerables u organizaciones pequeñas.

Uno de los autores principales encargados de escribir e investigar temas referentes a la economía civil de mercado, corresponde al profesor Stefano Zamagni, quien mediante investigación y datos analizados ha diseñado y generado un pensamiento global en cuanto a la problemática de la economía civil del mercado, de igual forma, establece propuestas para manejar una economía social en pro de la sociedad.

De acuerdo a lo anterior, logramos establecer acciones que como ciudadanos podemos aportar al modelo económico civil, como el estudiar y el capacitarnos de manera adecuada, de tal forma que se puedan aportar conocimientos que generen cambios en la sociedad y, por ende, en las organizaciones, así como garantizar libertades y autonomías de pensamiento, además, considerar el individualismo como peligro para la sociedad al tener en cuenta que ningún individuo es autosuficiente por sí mismo y que debemos establecer relaciones interpersonales, dado que la ayuda de unos a otros hace real la reciprocidad, centrándonos en que el individualismo genera egoísmo.

Debido a tantas falencias y dificultades que presentan en la actualidad las pequeñas organizaciones, en cuanto al sostenimiento y su perduración en el tiempo, sumado a esto el sistema capitalista implacable con el que deben competir a diario, nuestro semillero siente la obligación de brindarles a estas organizaciones un nuevo modelo que, a diferencia del mencionado, se enfoca en el ejercicio del bien común, en la maximización y el crecimiento de la persona y no de la riqueza que ellas podrían generar, a esto se le denomina como economía civil de mercado.

Con la aplicación de este modelo, hemos tenido la oportunidad de tener vivencias en campo, en comunidades cuyas organizaciones se encuentran en nuestro foco, por el peligro constante que estas tienen de desaparecer producto de la problemática antes expuesta.

Gracias a estas vivencias hemos podido obtener herramientas y estrategias derivadas de la contaduría que mejorarán la forma estructural de cada una de las organizaciones, al partir del conocer sus necesidades y sus falencias, con el objetivo de implementar estas herramientas y mejorar sin duda el manejo y el funcionamiento diarios de sus actividades.

## Referencias

- Alcaldía Mayor de Bogotá. (2016). *Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte*. Recuperado de <http://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/es/localidades/ciudad-bolivar>
- Bolívar, G. S. (10 de abril de 2014). *Semillero Ciudad Bolívar. Entrada de la comunidad*. Bogotá, Colombia.
- Bolívar, G. S. (10 de abril de 2016). *Semillero Ciudad Bolívar. Comunidad Limonar*. Bogotá, Colombia.
- Bolívar, G. S. (10 de abril de 2016). *Semillero ciudad bolívar. Compartiendo con la comunidad*. Bogotá, Colombia.
- Calvo, P. (2013). *Fundamentos de la economía civil para el diseño de las organizaciones*. Universitat Jaume I. Castellón, España: departamento de filosofía y sociología.
- Citynoticias. En los últimos nueve años se duplico la indigencia en Bogotá. (21 de enero de 2016). El Tiempo. *El tiempo*. Recuperado de <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16486673>
- Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa. (2001). *Libro verde: fomentar un marco europeo para la responsabilidad de las empresas*. Recuperado de <https://observatoriorsc.org/libro-verde-fomentar-un-marco-europeo-para-la-responsabilidad-social-de-las-empresas/>
- DANE. (s.f.). *Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas*. Recuperado de <http://www.dane.gov.co/>
- Fundación Universitaria del Area Andina. (2016). Areandina: Biblioteca digital.
- González, J. R. (19 de marzo de 2016). *Semillero de suba. Proyecto semillero de suba*. Bogotá, Colombia.
- Grossman, F.B. (2010). *Principios de la responsabilidad social empresarial*. Recuperado de <http://www.economia-unam-mx/publicaciones/econinforma/pdfs/363/06florbrown.pdf>
- Herrera, M. (2014). *Responsabilidad social empresarial*. Obtenido de responsabilidad social. Recuperado de <https://responsabilidadsocialempresarialblog.wordpress.com/>
- Universidad Pontificia de Comilla. (4 de diciembre de 2013). *Stefano Zamagni: la economía civil de mercado es el modelo que persigue el desarrollo humano integral*. Recuperado de <https://www.eben-spain.org/2013/12/stefano-zamagni-la-economia-civil-de-mercado-es-el-unico-modelo-que-persigue-el-desarrollo-humano-integral/>

Zamagni, S. (1997). Hacia una economía civil. Recuperado de [http://www.revistacriterio.com.ar/bloginst\\_new/1997/10/24/hacia-una-economia-civil/](http://www.revistacriterio.com.ar/bloginst_new/1997/10/24/hacia-una-economia-civil/)

