

Promoviendo la innovación de negocios verdes en empresas de la base de la pirámide de Cúcuta a través del valor compartido y la filantropía

Promoting green business innovation in base-of-the-pyramid companies in Cúcuta through shared value and philanthropy

Recibido: 28 de septiembre de 2023

Aprobado: 16 de diciembre de 2023

Forma de citar: A. K. Niño Cano and A. M. Carvajal Guerrero, "Promoviendo la innovación de negocios verdes en empresas de la base de la pirámide de Cúcuta a través del valor compartido y la filantropía", Mundo Fesc, vol 14, no. 28, pp. 303-313 . 2024, doi: 10.61799/2216-0388.1601.

Anna Karina Niño Cano



Administración de Empresas,
anna.nino@uniminuto.edu.co,
Corporación Universitaria Minuto de Dios,
Cúcuta, Colombia.

Angélica María Carvajal Guerrero



Maestría en Finanzas,
angelica.carvajal@uniminuto.edu,
Corporación Universitaria Minuto de Dios,
Cúcuta, Colombia

***Autor para correspondencia:**

anna.nino@uniminuto.edu.co



Promoviendo la innovación de negocios verdes en empresas de la base de la pirámide de Cúcuta a través del valor compartido y la filantropía

Resumen

La promoción de la innovación de negocios verdes en empresas de la base de la pirámide en Cúcuta, Colombia, a través del valor compartido y la filantropía es crucial para el desarrollo sostenible de la región. En los últimos años, diversas investigaciones han destacado la importancia de estas prácticas para generar impacto social y ambiental positivo, así como para impulsar el crecimiento económico inclusivo. Según Porter, el concepto de valor compartido implica la creación de valor tanto para la empresa como para la sociedad, reconociendo que el éxito empresarial a largo plazo está intrínsecamente ligado al progreso social y ambiental. Esta perspectiva es fundamental para las empresas de la base de la pirámide, que a menudo operan en entornos vulnerables y enfrentan desafíos significativos. Además, la filantropía empresarial ha sido reconocida como una herramienta poderosa para el desarrollo sostenible. Al invertir en iniciativas sociales y ambientales, las empresas pueden mejorar las condiciones de vida de las comunidades locales mientras fortalecen su reputación y su posición en el mercado. En el contexto específico de Cúcuta, investigaciones recientes han destacado la necesidad de promover la innovación de negocios verdes para abordar los desafíos ambientales y sociales de la región. Esto incluye la adopción de prácticas empresariales sostenibles, como el uso eficiente de recursos, la reducción de emisiones y la promoción de cadenas de suministro responsables. Para finalizar, la promoción de la innovación de negocios verdes en empresas de la base de la pirámide de Cúcuta a través del valor compartido y la filantropía es esencial para impulsar el desarrollo sostenible en la región. Las investigaciones recientes respaldan esta afirmación, destacando la importancia de estas prácticas para generar impacto positivo tanto a nivel empresarial como social y ambiental.

Palabras clave: Base de la Pirámide, Comportamiento innovador, Economía verde, Filantropía empresarial, Innovación social, Negocios Verdes

Promoting green business innovation in base-of- the-pyramid companies in Cúcuta through shared value and philanthropy

Abstract

Promoting green business innovation in companies at the base of the pyramid in Cúcuta, Colombia, through shared value and philanthropy is crucial for the sustainable development of the region. In recent years, several research studies have highlighted the importance of these practices in generating positive social and environmental impact, as well as driving inclusive economic growth. According to Porter, the concept of shared value implies the creation of value for both the company and society, recognizing that long-term business success is intrinsically linked to social and environmental progress. This perspective is critical for companies at the bottom of the pyramid, which often operate in vulnerable environments and face significant challenges. In addition, corporate philanthropy has been recognized as a powerful tool for sustainable development. By investing in social and environmental initiatives, companies can improve the living conditions of local communities while strengthening their reputation and market position. In the specific context of Cúcuta, recent research has highlighted the need to promote green business innovation to address the region's environmental and social challenges. This includes the adoption of sustainable business practices, such as the efficient use of resources, the reduction of emissions and the promotion of responsible supply chains. Finally, promoting green business innovation in companies at the base of the pyramid in Cúcuta through shared value and philanthropy is essential to drive sustainable development in the region. Recent research supports this assertion, highlighting the importance of these practices to generate positive business, social and environmental impact.

Key words: Base of the Pyramid, Innovative Behavior, Green Economy, Corporate Philanthropy, Social Innovation, Green Business, Green Business.

Introducción

A lo largo de los años, la filantropía ha evolucionado de ser una práctica altruista y benévola para convertirse en un catalizador estratégico para impulsar la creación de valor compartido y la innovación en los negocios verdes [1]. Esta transformación de perspectiva ha adquirido una importancia significativa para las empresas ubicadas en la base de la pirámide económica, donde la urgencia de abordar desafíos socioeconómicos se entrelaza con la necesidad de alcanzar un desarrollo sostenible. En la ciudad de Cúcuta, situada en la base de la pirámide económica, se enfrentan desafíos significativos, como la pobreza, el acceso limitado a recursos y la vulnerabilidad ambiental. La filantropía emerge como una herramienta estratégica para impulsar la innovación en los negocios verdes, generando valor compartido que beneficia tanto a las empresas locales como a las comunidades. Según [2], la transición de la responsabilidad social corporativa a la economía regenerativa ejemplifica cómo el desarrollo empresarial sostenible ya no es una opción, sino una necesidad para operar.

Esta investigación examina cómo las prácticas filantrópicas pueden potenciar el valor compartido en las empresas de la base de la pirámide en Cúcuta, convirtiéndose en un factor clave para la innovación en los negocios verdes. Se explorarán los fundamentos teóricos del valor compartido y la filantropía, así como las características específicas del entorno empresarial en Cúcuta, con el fin de lograr este propósito. El valor compartido emerge como una estrategia fundamental para abordar los desafíos socioeconómicos y ambientales en las empresas de la base de la pirámide. Según [3], la cadena de valor compartido se construye cuando cada acción incorpora consistentemente un valor social a lo largo del proceso. Estas empresas, con recursos limitados y comunidades desfavorecidas, encuentran en la filantropía un aliado estratégico para aumentar su sostenibilidad y tener un impacto positivo en sus entornos.

Al igual que muchas otras ciudades en la base de la pirámide económica, Cúcuta enfrenta desafíos complejos que requieren soluciones innovadoras y sostenibles [4]. La pobreza, la falta de acceso a servicios básicos y la vulnerabilidad ambiental son realidades en esta región. Las empresas que operan aquí deben no solo buscar la rentabilidad, sino también abordar activamente estos problemas para garantizar su supervivencia a largo plazo. En Cúcuta, la base de la pirámide económica está compuesta principalmente por microempresas y emprendimientos locales, cuya existencia está estrechamente ligada a la dinámica social y económica del área. La necesidad de mejorar las condiciones de vida, junto con la escasez de recursos financieros y tecnológicos, crea un entorno propicio para la integración de prácticas filantrópicas centradas en la creación de valor compartido [5].

Investigaciones futuras se centrarán en casos específicos de empresas en Cúcuta que hayan implementado estrategias filantrópicas para promover la innovación en negocios verdes [6]. Además, se investigarán las percepciones de las partes interesadas, incluidos empresarios, trabajadores y miembros de la comunidad, para obtener una comprensión

más completa de los desafíos y oportunidades asociados con esta convergencia de filantropía, innovación y creación de valor compartido.

Materiales y Métodos

El objetivo de este artículo es analizar y revisar literatura sobre la promoción de la innovación en negocios verdes dentro de las empresas de la Base de la Pirámide (BdP) en Cúcuta, utilizando fuentes secundarias. La investigación se lleva a cabo de manera cualitativa, siguiendo las pautas metodológicas que enfatizan la interpretación de datos para aclarar o crear nuevas preguntas de investigación [7]

Además, para caracterizar el fenómeno estudiado, se utiliza un enfoque descriptivo, [8]. afirman que el análisis se basa en un método de investigación documental que busca comprender un fenómeno mediante la crítica y comparación de datos de diferentes fuentes.

Conceptualización y análisis de la promoción de la innovación en negocios verdes dentro de las empresas de la Base de la Pirámide (BdP) en Cúcuta

Cúcuta, al igual que otras ciudades del mundo, se enfrenta a desafíos socioeconómicos y ambientales. En este contexto, es necesario investigar cómo la filantropía, utilizando el valor compartido, puede fomentar la innovación en los negocios verdes [9]. Esto es particularmente cierto para las empresas en la base de la pirámide empresarial. La creciente conciencia ambiental y la necesidad de abordar problemas como el cambio climático han despertado un interés creciente en los negocios verdes. Sin embargo, las empresas de la base de la pirámide en Cúcuta a menudo se enfrentan a limitaciones en cuanto a recursos y financiamiento para llevar a cabo prácticas innovadoras y sostenibles [10]. El concepto de valor compartido, que busca combinar objetivos sociales y económicos, se aplica aquí.

La teoría del valor compartido de Vaca & Moreno, sostiene que las empresas pueden obtener beneficios económicos al mismo tiempo que contribuyen al desarrollo socioambiental [11]. Las empresas pueden utilizar sus recursos para abordar problemas sociales y ambientales a largo plazo con este enfoque que se relaciona con la filantropía. La filantropía puede convertirse en un poderoso instrumento para generar valor compartido cuando se integra en la estrategia de una empresa. La innovación comercial y la comunidad se benefician de las inversiones filantrópicas. Las empresas pueden encontrar formas ingeniosas de abordar algunos problemas de la pirámide mientras generan ingresos sostenibles. Los negocios verdes necesitan innovar para reducir el impacto ambiental y mejorar la sostenibilidad [12]. Esto puede incluir la implementación de prácticas amigables con el medio ambiente, la optimización de la cadena de suministro y la producción de bienes y servicios ecológicos. Las empresas que conforman la pirámide

de Cúcuta se enfrentan a dificultades importantes para la adopción de prácticas verdes debido a restricciones financieras y la falta de acceso a recursos.

Aquí es donde la filantropía puede marcar la diferencia al brindar el apoyo necesario para impulsar la innovación sostenible a través de la implementación de estrategias de valor compartido. Las empresas pueden establecer programas de filantropía que fomenten la innovación y apoyen a la comunidad local. Esto podría incluir invertir en tecnologías verdes, instruir a los empleados en prácticas sostenibles y colaborar con organizaciones locales para abordar desafíos ambientales específicos [13].

El análisis de la cuestión destaca la relevancia de utilizar la filantropía para abordar los desafíos ambientales y socioeconómicos de Cúcuta. Las empresas en la base de la pirámide pueden encontrar en esta combinación una forma de fomentar la innovación en negocios verdes que benefician tanto a la comunidad como a su propio desarrollo sostenible. Es necesario que las empresas, los gobiernos y la sociedad civil trabajen continuamente para que estas estrategias tengan un impacto duradero. Actualmente, la filantropía promueve el concepto de valor compartido como una herramienta estratégica clave para impulsar la innovación en los negocios verdes en las empresas que se encuentran en la base de la pirámide empresarial de la ciudad de Cúcuta [14].

Este método se convierte en una respuesta integral a los desafíos socioeconómicos y ambientales que enfrenta la ciudad, al mismo tiempo que busca superar las limitaciones financieras y de recursos que a menudo impiden la implementación de prácticas sostenibles. La ciudad de Cúcuta, al igual que muchas otras, se encuentra en una intersección crítica entre problemas socioeconómicos y ambientales. Es de suma importancia encontrar soluciones novedosas y sostenibles. En este contexto, surge la pregunta de cómo la filantropía, a través del valor compartido, puede fomentar la innovación en los negocios verdes, especialmente en las empresas que forman la base de la pirámide empresarial. La teoría del valor compartido de Michael Porter y Mark Kramer [15] afirma que las empresas pueden obtener beneficios económicos al mismo tiempo que contribuyen al desarrollo social y ambiental.

Se ha establecido como un modelo estratégico viable para abordar los desafíos actuales y se alinea particularmente con la filantropía, un componente importante para integrar objetivos sociales y económicos en la estrategia empresarial. Los negocios verdes deben innovar para abordar la creciente conciencia ambiental y la urgencia de enfrentar el cambio climático [16]. Sin embargo, las empresas que componen la estructura empresarial de Cúcuta encuentran obstáculos en cuanto a recursos y recursos financieros, lo que les impide llevar a cabo prácticas sostenibles. Aquí es donde entra en juego el valor compartido de la filantropía, que permite a las empresas generar oportunidades para la innovación comercial y contribuir al bienestar de la comunidad.

Cuando la filantropía se integra estratégicamente en la empresa, se convierte en un poderoso instrumento para generar valor compartido [17]. La comunidad local se beneficia de las inversiones filantrópicas y fomenta la innovación. Las empresas pueden utilizar recursos filantrópicos para encontrar soluciones ingeniosas a problemas particulares de

la pirámide, generar ingresos sostenibles y promover la sostenibilidad ambiental. En 2018, Eccles y Serafeim. En Cúcuta, donde las empresas de la base de la pirámide se enfrentan a limitaciones financieras, puede marcar la diferencia mediante estrategias de valor compartido. La capacitación de los empleados en prácticas sostenibles, la inversión en tecnologías verdes y la colaboración con organizaciones locales son algunos ejemplos de estas iniciativas [18].

Finalmente, pero no menos importante, la filantropía se presenta como un método clave para fomentar la innovación en los negocios verdes de las empresas que están en el centro de la pirámide empresarial de Cúcuta. Al incorporar estratégicamente la filantropía, las empresas pueden superar los obstáculos que impiden la adopción de prácticas sostenibles. El enfoque no solo cuenta con una base teórica sólida, respaldada por investigaciones académicas recientes, sino que también proporciona aplicaciones prácticas valiosas que ayudarán a resolver los problemas actuales de Cúcuta de manera duradera.

Resultados y Discusión

[23] proponen el valor compartido como la generación de valor económico para la resolución de problemas que se presentan en las empresas donde se encuentran empleadas las comunidades vulnerables, haciendo que se produzcan beneficios sociales por medio de los negocios verdes para minimizar el impacto ambiental por medio de las prácticas sostenibles e innovadoras. Es así como desde la filantropía con el pasar del tiempo a evolucionado como un enfoque estratégico alineándose a los objetivos empresariales que van desde las actividades y proyectos sociales hasta la integración de las cadenas de valor empresarial.

La unión entre el valor compartido y la filantropía permite que Cúcuta afronte retos económicos y sociales que sirvan a modo de catalizadores en el diseño y creación de negocios verdes como oportunidad para el mejoramiento sostenible del ecosistema empresarial local y regional y como de la comunidad. Las empresas de la base de la pirámide en Cúcuta podrían adoptar prácticas empresariales más sostenibles y respetuosas con el medio ambiente, lo que reduciría su huella ecológica y aumentaría el cuidado del entorno local. La creación de negocios verdes y prácticas de valor compartido podría mejorar la calidad de vida de las comunidades locales y los trabajadores al mismo tiempo que genera empleo y oportunidades económicas más estables y sostenibles.[21]

La innovación en negocios verdes podría impulsar el crecimiento de una comunidad empresarial más consciente en Cúcuta, donde las empresas colaboran entre sí y comparten conocimientos y recursos para impulsar el crecimiento sostenible y el desarrollo económico inclusivo.[15]

Las empresas que adoptan innovaciones verdes pueden fortalecer su cadena de suministro al unir proveedores locales que comparten sus valores de sostenibilidad, lo

que podría impulsar la economía local y fomentar relaciones comerciales más sólidas y éticas [19]. Las organizaciones adoptan prácticas sostenibles tienen el potencial de ganar más competitividad en el mercado al destacar por su compromiso con la responsabilidad social y ambiental. Esto podría generar nuevas oportunidades comerciales y atraer socios comerciales y consumidores que valoran la sostenibilidad.

Groncol es una de las empresas más innovadoras de Colombia, destacándose en el sector de la construcción sostenible. Fundada en 2009, su principal enfoque es el diseño, construcción y mantenimiento de techos y muros verdes, los cuales son soluciones ecológicas que contribuyen a mejorar la calidad del aire, la eficiencia energética y el bienestar en entornos urbanos. Esta ha jugado un papel pionero en la integración de la naturaleza en la infraestructura urbana, promoviendo el desarrollo de ciudades más verdes y sostenibles. Sus proyectos incluyen desde pequeños jardines verticales hasta grandes instalaciones en edificios corporativos, comerciales y residenciales.[20]

La empresa Groncol opera en el ámbito de los negocios verdes, centrando su actividad en la creación de techos y muros verdes que contribuyen a la sostenibilidad ambiental en entornos urbanos. Al ofrecer soluciones que mejoran la calidad del aire, reducen la huella de carbono y fomentan la biodiversidad, y se demuestra cómo una empresa puede prosperar económicamente al tiempo que protege y mejora el medio ambiente. Su enfoque en la sostenibilidad no solo responde a la demanda de productos ecológicos, sino que también ayuda a mitigar algunos de los desafíos ambientales más urgentes que enfrentan las ciudades hoy en día, como el cambio climático y la pérdida de biodiversidad.

Es de allí que el valor compartido, que se centra en crear valor económico al abordar necesidades sociales y ambientales, es una parte integral de la estrategia de Groncol. La empresa no solo se beneficia al proporcionar productos innovadores y sostenibles, sino que también crea valor para las comunidades en las que opera. Por ejemplo, al mejorar los entornos urbanos con vegetación, Groncol contribuye al bienestar de los residentes, al tiempo que fomenta la eficiencia energética y reduce los costos de mantenimiento de los edificios. Esto crea una situación en la que tanto la empresa como la sociedad ganan, ya que se generan beneficios económicos y sociales a largo plazo.[18]

Además de su enfoque en los negocios verdes y el valor compartido, Groncol también incorpora la filantropía en su modelo de negocio. La empresa ha participado en diversas iniciativas comunitarias y ambientales, invirtiendo en proyectos que buscan mejorar la calidad de vida de las personas y la salud del medio ambiente. A través de donaciones, colaboración con organizaciones no gubernamentales y proyectos pro bono, Groncol apoya causas relacionadas con la educación ambiental, la reforestación y la creación de espacios verdes en áreas vulnerables. Estas acciones filantrópicas refuerzan su compromiso con la sostenibilidad y demuestran cómo una empresa puede desempeñar un papel activo en la construcción de un futuro más justo y ecológico.[16]

Por lo tanto, la filantropía y la responsabilidad social corporativa son aspectos integrales de la estrategia de Groncol. La empresa ha invertido en proyectos comunitarios que

buscan mejorar la calidad del entorno urbano y el bienestar de las comunidades locales. Entre sus iniciativas filantrópicas destacan los programas de educación ambiental y la participación en proyectos de revitalización de espacios públicos. Estos esfuerzos no solo refuerzan la relación de Groncol con la comunidad, sino que también promueven la conciencia sobre la importancia de la sostenibilidad. Además, al colaborar con organizaciones locales y gubernamentales, Groncol amplifica su impacto positivo y contribuye al desarrollo social y económico de las áreas en las que opera.[14]

Las estrategias innovadoras de negocios inclusivos y sostenibles tienen el potencial de transformar el desarrollo local en América Latina, ofreciendo oportunidades para la integración económica y la mejora de la calidad de vida. Al adoptar estos modelos, las comunidades pueden lograr un crecimiento inclusivo y sostenible que beneficie a todos sus miembros.[10]

Conclusiones

Es necesario un enfoque innovador para fomentar negocios verdes en las empresas de la base de la pirámide en Cúcuta, que integre prácticas sostenibles en todas las áreas de operación.

Una estrategia clave para promover el desarrollo sostenible en estas empresas es el concepto de valor compartido. Se generan oportunidades de crecimiento mutuo al alinear los intereses empresariales con las necesidades de la comunidad y el medio ambiente.

La filantropía estratégica se presenta como una herramienta efectiva para apoyar iniciativas de negocios verdes en la base de la pirámide. Al invertir en proyectos sostenibles y de impacto social, las empresas pueden contribuir al desarrollo económico y ambiental de la región.

Es necesario establecer sistemas de medición del impacto que permitan monitorear el progreso hacia objetivos de desarrollo sostenible para evaluar el éxito de estas iniciativas. Esto ayudará a identificar áreas de mejora y ajustar las estrategias según sea necesario para maximizar el beneficio para la comunidad y el medio ambiente.

La relación de Groncol con los negocios verdes, el valor compartido y la filantropía refleja un compromiso profundo con la sostenibilidad y el bienestar comunitario. A través de sus innovadoras soluciones de techos y muros verdes, la empresa no solo aporta beneficios ambientales y económicos, sino que también actúa como un catalizador para el cambio positivo en las comunidades urbanas. La integración de estos enfoques en su modelo de negocio destaca a Groncol como un referente en el sector de la construcción sostenible, demostrando que es posible combinar éxito empresarial con responsabilidad social y ambiental.

Referencias

- [1] J. A. V. Merino, “Innovación social: ¿Nueva cara de la responsabilidad social? conceptualización crítica desde la perspectiva universitaria,” *Revista de Ciencias Sociales*, vol. 27, no. 2, pp. 435–450, 2021.
- [2] R. Olmos Pinilla, *La responsabilidad social empresarial en el Departamento de Risaralda: el caso de la Empresa Integra S.A.*, Tesis Doctoral, Universidad Católica de Pereira, 2016.
- [3] P. Rodríguez Otaola, *La cadena de valor compartido en la industria textil: el caso Ropa Hecha con Amor*, Pontificia Universidad Comillas, 2018. [En línea]. Disponible en: http://www.aristoscampusmundus.net/wp-content/uploads/2018/04/2-remio_Cadena-de-valorcompartido-en-la-industria-textil-el-caso-Ropa...pdf
- [4] J. E. A. Peñaloza, *Cúcuta perseverante. Segura y productiva*, 2023.
- [5] F. N. García, *Responsabilidad social corporativa: Teoría y práctica de la sostenibilidad*, ESIC Editorial, 2023.
- [6] Rúa-Usme et al., “Escenario para el desarrollo de línea de productos financieros verdes en la economía colombiana,” *Revista Cintex*, vol. 24, no. 2, pp. 64–90, 2019.
- [7] R. Hernández Sampieri, C. Fernández Collado, y M. D. P. Baptista Lucio, *Metodología de la investigación*, 1ª ed., McGraw Hill Educación, 2018.
- [8] E. E. Espinoza Freire, “La investigación cualitativa, una herramienta ética en el ámbito pedagógico,” *Conrado*, vol. 16, no. 75, pp. 103–110, 2020.
- [9] R. Chaves Ávila y J. L. Monzón Campos, “La economía social ante los paradigmas económicos emergentes: innovación social, economía colaborativa, economía circular, responsabilidad social empresarial, economía del bien común, empresa social y economía solidaria,” 2018.
- [10] C. A. Osorio Franco, *Planteamiento de un modelo de nuevas zonas francas que impulsen el desarrollo económico en la región de Santander*, 2021.
- [11] S. Vaca, Y. Ortega, y K. Moreno, “Valor compartido sostenible: un enfoque multidimensional para la gestión estratégica de la empresa,” *Revista de Investigación Enlace Universitario*, vol. 17, no. 1, pp. 65–77, 2018.
- [12] D. M. Madero Blanco, *Diseño de un plan estratégico que permita el desarrollo de buenas prácticas ambientales en empresas pertenecientes al programa de Negocios Verdes en Norte de Santander*, 2020.
- [13] I. E. Visuet, *La responsabilidad social como valor agregado en las empresas*, Tesis Doctoral, Universidad Nacional Autónoma de México, 2018.

- [15] M. E. Porter y M. R. Kramer, “Crear valor compartido: cómo reinventar el capitalismo y desatar una ola de innovación y crecimiento,” en *Gestión de empresas sostenibles: un caso y libro de texto de educación ejecutiva*, Dordrecht, Países Bajos: Springer, 2018, pp. 323–346.
- [16] Rosas et al., “La interdisciplinariedad de la comunicación ante los retos del cambio climático,” *Chasqui*, no. 151, 2022.
- [17] J. M. Rosales Alegría, *La responsabilidad social empresarial (RSE), hitos, evolución y precisiones conceptuales dentro de la agenda del desarrollo sostenible: análisis comparado España y Guatemala*, Tesis Doctoral, 2019.
- [18] R. M. Kanter, *Piense fuera del edificio: cómo los líderes avanzados pueden cambiar el mundo con una innovación inteligente a la vez*, Hachette Reino Unido, 2020.
- [19] I. Mejía Salazar y S. Ayala Soto, “Revisión de literatura sobre gestión de cadenas de suministro sostenibles e innovaciones disruptivas en Pymes,” *Revista Universidad & Empresa*, vol. 25, no. 44, pp. 1–35, 2023. [En línea]. Disponible en: <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.12734>
- [20] O. M. Echeverría-Ríos, D. Abrego-Almazán, y J. M. Medina-Quintero, “La responsabilidad social empresarial en la imagen de marca afectiva y reputación,” *Innovar*, vol. 28, no. 69, pp. 133–147, 2018.
- [21] L. N. L. Rodríguez, *El uso de fibras de origen vegetal como modelo de negocio verde para la producción y comercialización en el sector de la marroquinería en la ciudad de Cúcuta*, 2023.