

HERRAMIENTA DE DIAGNÓSTICO PARA LA TRANSFORMACIÓN CONSCIENTE DE PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS EN COLOMBIA: UN ENFOQUE METODOLÓGICO

DIAGNOSTIC TOOL FOR THE CONSCIOUS TRANSFORMATION OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES IN COLOMBIA: A METHODOLOGICAL APPROACH



¹Martha Catalina Ospina Hernández, ²Margarita Vesga Díaz

^{1,2}Universidad Nacional Abierta y a Distancia, Colombia

Recibido: 10/20/24 Aprobado: 02/02/25

RESUMEN

Este estudio explora el impacto del capitalismo y los negocios conscientes en la transformación cultural y operativa de las pequeñas y medianas empresas en Colombia. El objetivo es analizar cómo los principios del capitalismo y los negocios conscientes pueden facilitar la transformación y mejora del estado organizacional de las pequeñas y medianas empresas, en adelante pymes, para lo cual se ha diseñado una herramienta de diagnóstico, como etapa inicial de una metodología de consultoría innovadora. Para ello, se ha implementado un enfoque metodológico integral, que combina el diseño y desarrollo de un proyecto, una revisión sistemática de la literatura basada en una ecuación de búsqueda especializada y la validación de expertos en la materia. La ecuación de búsqueda permitió seleccionar un conjunto representativo de referencias sobre capitalismo consciente y diagnóstico empresarial, las cuales fundamentan el estudio. Adicionalmente, se diseñó una herramienta de diagnóstico empresarial en Excel, para mapear el estado organizacional de las pymes a nivel cultural y operativo. Como parte del proceso de validación, se llevó a cabo una evaluación con expertos en Madrid, España, quienes proporcionaron retroalimentación clave para el ajuste y mejora de la herramienta y la metodología. Los resultados obtenidos evidencian diferencias y similitudes entre el capitalismo consciente y los negocios conscientes, lo que permite el refinamiento de un modelo de análisis adaptable a las necesidades específicas de las empresas colombianas. La relevancia de estos hallazgos radica en su potencial para orientar la implementación de estrategias empresariales sostenibles y responsables, promoviendo un impacto positivo tanto en el desarrollo organizacional interno como en el entorno social y económico externo.

Citación: Ospina Hernández, M. C., & Vesga Díaz, M. (2025). Herramienta de diagnóstico para la Transformación consciente de Pequeñas y Medianas Empresas en Colombia: Un enfoque metodológico. *Publicaciones E Investigación*, 19(1). <https://doi.org/10.22490/25394088.9188>

¹ martha.ospina@unad.edu.co - <https://orcid.org/0000-0001-9911-7556>

² margarita.vesga@unad.edu.co - <https://orcid.org/0009-0008-6265-1729>

<https://doi.10.22490/25394088.9188>

Palabras clave: capitalismo consciente, negocios conscientes, diagnóstico empresarial, sostenibilidad, gestión organizacional, consultoría estratégica, innovación empresarial.

ABSTRACT

This study explores the impact of conscious capitalism and conscious business practices on the cultural and operational transformation of small and medium-sized enterprises (SMEs) in Colombia. The objective is to analyze how the principles of capitalism and conscious business can facilitate the transformation and improvement of the organizational state of SMEs. To achieve this, a diagnostic tool has been designed as an initial stage of an innovative consulting methodology. To this end, an integral methodological approach has been implemented, combining the design and development of a project, a systematic literature review based on a specialized search equation, and validation by experts in the field. The search equation enabled the selection of a representative set of references on Conscious Capitalism and business diagnostics, which provide the foundation for the study. Additionally, a business diagnostic tool was designed in Excel to map the organizational state of SMEs at a cultural and operational level. As part of the validation process, an evaluation was conducted with experts in Madrid, Spain, who provided key feedback for the adjustment and improvement of the tool and the methodology. The results obtained highlight differences and similarities between Conscious Capitalism and Conscious Businesses, which allows for the refinement of an analysis model adaptable to the specific needs of Colombian companies. The relevance of these findings lies in their potential to guide the implementation of sustainable and responsible business strategies, promoting a positive impact on both internal organizational development and the external social and economic environment.

Key words: Conscious capitalism, conscious business, business diagnosis, sustainability, organizational management, strategic consulting, business innovation.



1. INTRODUCCIÓN

En un contexto global caracterizado por la creciente necesidad de modelos empresariales sostenibles y socialmente responsables, el capitalismo consciente surge, junto con los negocios conscientes, como una alternativa que busca equilibrar la generación de valor económico con el bienestar social y ambiental (Mackey & Sisodia, 2013; The Arthur Page Center, 2022). Este enfoque, fundamentado en principios de liderazgo consciente, propósito superior, cultura consciente y orientación a los grupos de interés, se presenta como una estrategia clave para la transformación de las pequeñas y medianas empresas (pymes) en Colombia (Kofman, 2006; Mackey & Sisodia, 2013).

Las pymes desempeñan un papel fundamental en el desarrollo económico y social del país, no solo por su

contribución al empleo y la producción, sino también por su capacidad de adaptación a entornos cambiantes (Mipye, s.f.). Sin embargo, enfrentan múltiples desafíos en términos de gestión organizacional, sostenibilidad y alineación con modelos de negocio más conscientes (Forero & Peña, 2021). En este sentido, la presente investigación se enfoca en analizar el impacto del capitalismo y los negocios conscientes en la transformación cultural y operativa de estas empresas, mediante la evaluación de herramientas de diagnóstico y estrategias innovadoras que fortalezcan su desarrollo (Sisodia *et al.*, 2018).

Para ello, se abordan tres ejes principales: en primer lugar, se explora el marco conceptual del capitalismo y los negocios conscientes y su aplicabilidad en el ámbito empresarial colombiano (Kantor, 2021).

En segundo lugar, se lleva a cabo una revisión sistemática para conocer algunas herramientas de diagnóstico operativo y cultural, que permiten evaluar el estado organizacional de las empresas (Creswell & Poth, 2018) utilizadas en el campo de la consultoría organizacional tradicional. Finalmente, se integra la perspectiva de los negocios conscientes como un modelo complementario al capitalismo consciente, destacando las estrategias de innovación sostenible abordadas (Elkington, 2018), a través del diseño de una herramienta práctica de diagnóstico organizacional.

A lo largo del documento, se presentará el desarrollo metodológico empleado en el proyecto, incluyendo la aplicación de una ecuación de búsqueda especializada para la identificación de referencias clave y la validación de expertos en la evaluación de las herramientas diseñadas (Babbie, 2020). El objetivo general de este estudio es analizar el impacto del capitalismo y los negocios conscientes en la transformación cultural y operativa de las pymes en Colombia, mediante la evaluación de herramientas de diagnóstico y estrategias innovadoras para su fortalecimiento (Mackey & Sisodia, 2013). La pregunta de investigación central es: ¿Cómo pueden las herramientas de diagnóstico operativo y cultural contribuir a la transformación empresarial y al desarrollo sostenible de las pymes en Colombia bajo el enfoque del capitalismo y los negocios conscientes, considerando las particularidades del contexto colombiano? Se espera dar respuesta a esta pregunta con la aplicación de la herramienta en contextos pyme, contribuyendo a la creación de un modelo analítico que facilite la implementación de negocios conscientes, promoviendo así el capitalismo consciente en el ecosistema empresarial colombiano, y fortaleciendo tanto su competitividad como su impacto positivo en la sociedad (Sisodia *et al.*, 2018).

2. MATERIALES Y MÉTODOS

En este estudio, se adoptó un enfoque metodológico mixto que combina técnicas cualitativas y cuantitativas para analizar el impacto del capitalismo y los negocios conscientes en la transformación cultural y operativa de las pymes en Colombia (Creswell & Poth, 2018). Se utilizaron diversas herramientas y procedimientos para la obtención y análisis de la información, con el objetivo de diseñar y validar una metodología de consultoría que facilite la implementación de prácticas empresariales sostenibles y responsables (Sisodia *et al.*, 2018).

2.1. Diseño de la investigación

Se llevó a cabo una investigación de tipo exploratorio y descriptivo, con un diseño no experimental y transversal (Babbie, 2020). El estudio se centró en la revisión de la literatura existente sobre capitalismo consciente (Mackey & Sisodia, 2013), negocios conscientes (Elkington, 2018), herramientas de diagnóstico organizacional (Cameron & Quinn, 2011) y sostenibilidad (Dempsey *et al.*, 2018), así como en el diseño y validación de una herramienta de diagnóstico empresarial.

2.2. Recopilación de la información

La recopilación de la información se realizó en dos etapas principales:

2.2.1. Revisión sistemática de la literatura

Se realizó una búsqueda exhaustiva en las bases de datos Web of Science y Scopus utilizando ecuaciones de búsqueda específicas para identificar artículos relevantes sobre los temas de interés. Se aplicó un proceso de selección y depuración para identificar aquellos estudios más pertinentes para los objetivos de la investigación. A continuación, en la Tabla 1, se presenta el *script* de búsqueda empleado en las bases de datos de Web of Science y Scopus.

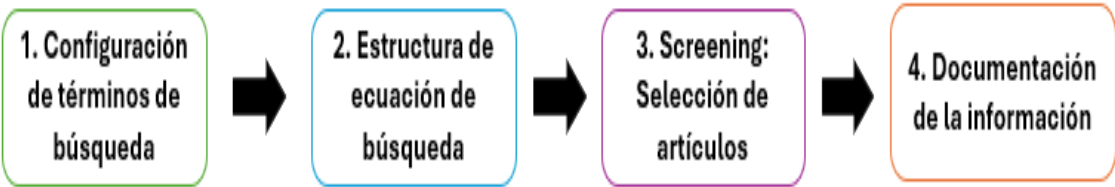
TABLA 1. SCRIPT DE BÚSQUEDA PARA LA REVISIÓN SISTEMÁTICA DE LITERATURA

Base de datos	Script de búsqueda
Web of Science	"Conscious Capitalism"(All Fields) OR "Conscious companies" (All fields) OR "Triple benefit" (All fields) AND "Higher Purpose" (All fields) OR "Stakeholder Orientation" (All fields) OR "Conscious Leadership" (All fields) OR "Conscious Culture" (All fields)
Scopus	(ALL ("Conscious Capitalism") OR ALL ("conscious companies") OR ALL ("Triple benefit") AND ALL ("Higher Purpose") OR ALL ("Stakeholder Orientation") OR ALL ("Conscious Leadership") OR ALL ("Conscious Culture")) AND PUBYEAR > 2002

Fuente: autoras.

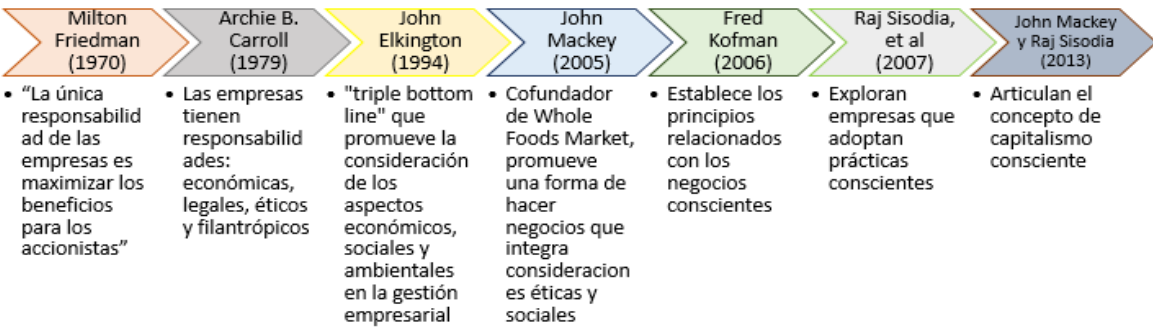
Una vez descargados los artículos encontrados, se procedió a la aprobación y desaprobación del material mediante una técnica de screening, que consistió en la selección y depuración de los artículos de acuerdo con los temas a documentar en la presente investigación, tal y como se muestra en la Figura 1. En total, se encontraron 443 artículos entre las dos bases de datos que estaban relacionados con las ecuaciones de búsqueda. Sin embargo, después de la depuración, se seleccionaron 32 artículos que eran más acordes con los conceptos a documentar en la investigación.

Figura 1. Metodología seleccionada como flujo de trabajo.



La Figura 2 presenta una línea de tiempo que ilustra la evolución de los diferentes planteamientos sobre las responsabilidades empresariales, desde las perspectivas centradas en el beneficio económico hasta los enfoques más recientes que incorporan el bienestar social, ambiental y ético (Carroll, 1979; Elkington, 1998; Friedman, 1970; Porter & Kramer, 2019). Esta evolución, que se remonta a mediados del siglo XX, ha influido en la aparición y desarrollo de modelos como el capitalismo consciente y los negocios conscientes, que buscan integrar el éxito económico con un propósito superior y la creación de valor para todos los *stakeholders* (Mackey, 2011).

Figura 2. Línea de tiempo sobre diferentes planteamientos sobre las responsabilidades empresariales.



Nota. Este gráfico representa diferentes perspectivas de los planteamientos sobre la responsabilidad empresarial.

Los conceptos de negocios y capitalismo consciente emergen como enfoques relativamente recientes en el ámbito empresarial, pero su evolución está intrínsecamente ligada al desarrollo del debate sobre la responsabilidad empresarial (O'Toole & Vogel, 2011).

2.2.2. *Diseño y desarrollo de la herramienta de diagnóstico*

Se diseñó una herramienta de diagnóstico empresarial en Microsoft Excel para mapear el estado organizacional de las pymes a nivel cultural y operativo (Aleatrati Khosroshahi *et al.*, 2018). La herramienta se basa en un marco teórico que integra conceptos de diagnóstico organizacional (Schein, 2017), mejora continua (Bhuiyan & Baghel, 2005), mapeo de procesos (Zamora, 2016), capitalismo consciente (Sisodia *et al.*, 2018) y empresa consciente (Kofman, 2013).

2.3. *Validación de la herramienta*

Para asegurar la validez y confiabilidad de la herramienta de diagnóstico, se llevó a cabo un proceso de validación por expertos en gestión empresarial y Capitalismo Consciente en Madrid, España (Denzin & Lincoln, 2011). Los expertos proporcionaron retroalimentación sobre la claridad de las preguntas, la relevancia de las métricas y la usabilidad de la herramienta.

2.4. *Análisis de la información*

La información recopilada se analizó mediante técnicas cualitativas y cuantitativas (Flick, 2018). Se realizó un análisis de contenido de los artículos seleccionados en la revisión sistemática de la literatura para identificar los principales conceptos, modelos y herramientas relacionados con el capitalismo y negocios conscientes y la transformación organizacional (Elo & Kyngäs, 2008). Los datos generados por la herramienta de diagnóstico se analizaron para identificar

patrones y tendencias en el estado organizacional de las pymes colombianas.

3. DESARROLLO

En esta sección, se describe el proceso de diseño, desarrollo y validación de la herramienta de diagnóstico, así como los resultados de la revisión sistemática de la literatura. Se presentan comparaciones entre teorías, modelos y corrientes de pensamiento relevantes para el capitalismo, los negocios conscientes y la transformación organizacional de las pymes. Se analizan los hallazgos resultantes del diseño y la validación de la herramienta en el contexto específico de las empresas colombianas, con el objetivo de identificar los elementos clave que permitirán evaluar y guiar la implementación de prácticas empresariales sostenibles y responsables en futuras aplicaciones.

3.1. *Generalidades del capitalismo consciente y los negocios conscientes*

Tal y como se presenta en las tablas 2 y 3, se presentan las definiciones y características principales del capitalismo consciente y los negocios conscientes, destacando sus similitudes y diferencias. Se analizan los cuatro pilares del capitalismo consciente (propósito superior, orientación a los *stakeholders*, cultura consciente y liderazgo consciente), así como las dimensiones fundamentales de los negocios conscientes, concluyendo sobre su relación y el ámbito de funcionamiento y aplicación de cada uno. Se referencian autores clave como Mackey & Sisodia (2013), Kofman (2013), Bhat & Sisodia (2016) y Laloux (2015) para contextualizar el debate sobre la evolución de los modelos empresariales y la necesidad de integrar valores éticos y sociales en la gestión organizacional.

TABLA 2. CONCEPTUALIZACIÓN DE LOS CUATRO PILARES DEL CAPITALISMO CONSCIENTE

Propósito superior	Interés por todos los stakeholders	Liderazgo consciente	Cultura consciente	Referencias
Las empresas deben reconocer la importancia de los beneficios, pero no deben anteponerlos a la ética, el cuidado del medio ambiente y los valores humanos, como el respeto hacia las personas. La sostenibilidad de la rentabilidad a largo plazo es crucial.	Las organizaciones se dedican a atender las necesidades de las partes involucradas, como empleados, clientes y la comunidad, y no se limitan a los aspectos financieros. Su rendimiento se evalúa en relación con las ganancias, y en su impacto social y ambiental.	Los CEO actúan como líderes al servicio de los demás, en lugar de ser personalidades destacadas. Su remuneración es relativamente baja en comparación con otros ejecutivos. Dirigen a través de valores comunes en lugar de imponer directrices.	“Dentro de la organización, sus culturas reflejan un notable sentido de ‘comunidad’, fomentado por un elevado grado de involucramiento de los empleados en el proceso de toma de decisiones y en la distribución de la propiedad y los beneficios”.	(O’Toole & Vogel, 2011)
Las organizaciones necesitan un objetivo que trascienda la mera obtención de beneficios. Deben aspirar a tener un impacto positivo en el bienestar de la sociedad y el medio ambiente de manera sustancial.	Apreciar la interconexión entre empleados, clientes, proveedores, comunidades y el entorno, entendiendo que su bienestar es fundamental para el éxito de la empresa.	Los líderes deben implementar un enfoque consciente, fundamentado en principios y ética, que valore el bienestar de todas las partes interesadas por encima de las ganancias inmediatas.	Fomentar una cultura dentro de la organización que se base en la confianza, la colaboración y la innovación, favoreciendo el crecimiento personal y profesional de los empleados, junto con un sólido compromiso ético y social.	(Mackey & Sisodia, 2013)
Operar con un propósito más elevado transmite entusiasmo y vitalidad tanto a los clientes como a los empleados, apelando a la dimensión emocional y al sentido de justicia social de todos los interesados.	El principio fundamental del capitalismo consciente es entender cómo los intereses de los accionistas están interrelacionados con los de todas las partes involucradas.	Un líder consciente se fundamenta en la habilidad de cada persona para distinguir entre lo legal y lo ético. Asimismo, se dedica a los empleados y al propósito de la empresa, priorizando estos aspectos sobre su propio beneficio.	Una cultura consciente abarca características como la confianza, la autenticidad, el cuidado, la transparencia, la integralidad, el aprendizaje continuo y el empoderamiento.	(Simpson et al., 2013)
Motivar, involucrar y revitalizar a las partes interesadas, aumentando así su nivel de compromiso para generar y liberar energía dentro de la organización.	Un ecosistema empresarial que genera valor para todas las partes interesadas con una propuesta de ganar-ganar-ganar, reflejando el bienestar de la sociedad, clientes y empleados.	Los líderes conscientes reconocen y adoptan el propósito más elevado de la empresa, centrándose en generar valor y equilibrar los intereses de todas las partes involucradas.	Refleja características como la confianza, la autenticidad, el cuidado, la transparencia, la integralidad, el aprendizaje y el empoderamiento.	(The Arthur Page Center, 2022)

Nota. Esta ilustración presenta los conceptos fundamentales de los cuatro pilares del capitalismo consciente.

TABLA 3. CONCEPTUALIZACIÓN DE LAS DIMENSIONES PROPUESTAS POR LOS NEGOCIOS CONSCIENTES

	(Yo) Individuo personal sujeto	(Nosotros) Relación interpersonal comunidad	(Ello) Tarea impersonal organización
Producto / Resultado (Tener)	Realización, bienestar, felicidad.	Solidaridad, vínculos, pertenencia.	Logro de la misión, rentabilidad, crecimiento.
Proceso / Conducta (Hacer)	Pensar, sentir, actuar.	Comunicar, negociar, coordinar.	Venta, entrega, planificación, etc.
Plataforma / Estructura (Ser)	Modelo mental: valores, creencias y prácticas personales.	Cultura: valores, creencias y prácticas compartidas.	Capital: infraestructura administrativa, técnica y económica.

Fuente: Kofman (2013).

Todas las organizaciones pueden entenderse a partir de tres dimensiones fundamentales: la impersonal, que se relaciona con las tareas y el “ello”; la interpersonal, que abarca las relaciones y el “nosotros”; y la personal, vinculada al “yo”. La dimensión impersonal incluye aspectos técnicos, como la eficacia, la eficiencia y la confiabilidad dentro de la organización. También integra elementos relacionales, como la confianza, la solidaridad y el respeto en las interacciones entre sus miembros. Por otro lado, la dimensión personal engloba factores psicológicos y conductuales, considerando el bienestar, la felicidad y la necesidad de propósito de quienes conforman la empresa. Así como los objetos materiales existen en un espacio tridimensional con alto, ancho y profundidad, las organizaciones operan dentro de un espacio organizacional con tres dimensiones esenciales: el ello, el nosotros y el yo (Kofman, 2013).

No obstante, en lugar de percibir el mundo empresarial como una estructura tridimensional, muchos ejecutivos e inversionistas tienden a enfocarse únicamente en el “ello”, como si usaran lentes polarizados que bloquean las dimensiones del “nosotros” y el “yo”. Cuando la dimensión humana es ignorada, la empresa parece funcionar de manera mecánica, donde el éxito o el fracaso dependen exclusivamente de la gestión de recursos sin significado. Sin embargo, el verdadero éxito empresarial radica en la capacidad de liderar a seres humanos conscientes (Kofman, 2013).

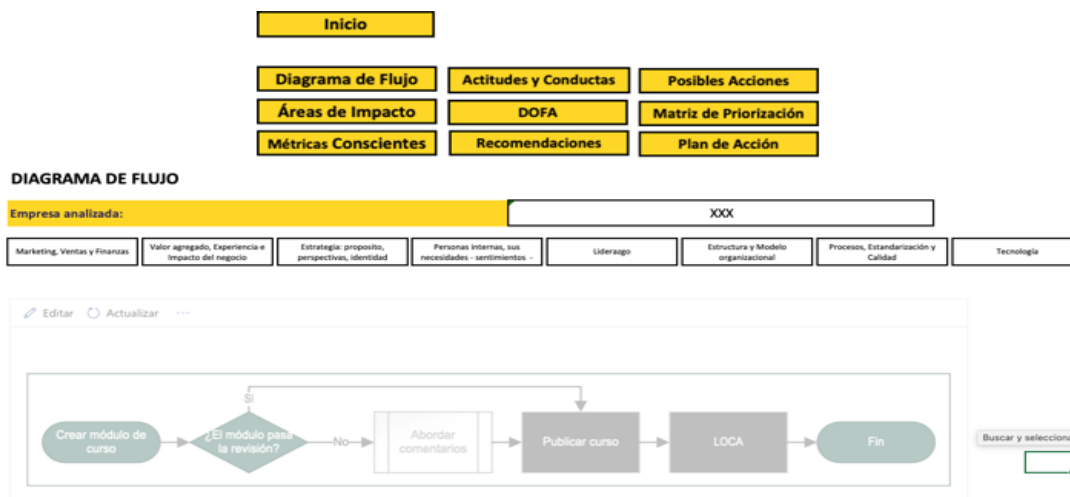
3.2. Modelos de diagnóstico organizacional

Se analizan diferentes modelos de diagnóstico organizacional a nivel cultural y operativo, incluyendo modelos utilizados por grandes consultoras (PwC, KPMG, McKinsey, Deloitte, Accenture), el modelo de la cadena de valor de Porter y el Galbraith Star Model. Se identifican las variables clave que se consideran en estos modelos para evaluar el estado organizacional de las empresas y se comparan con las métricas propuestas en la herramienta de diagnóstico desarrollada en esta investigación.

3.3. Diseño y desarrollo de la herramienta de diagnóstico

Se describe en detalle el proceso de diseño y desarrollo de la herramienta de diagnóstico empresarial en Microsoft Excel, incluyendo la selección de las áreas de impacto, la formulación de las preguntas y la definición de las métricas conscientes. Se explica cómo la herramienta integra conceptos de diagnóstico organizacional, mejora continua, mapeo de procesos, capitalismo consciente y empresa consciente para proporcionar una visión integral del estado organizacional de las pymes. En la Figura 3 se muestran ejemplos de los botones de comando y el diagrama de flujo, que se utiliza en la herramienta para facilitar su uso y la visualización de los resultados.

Figura 3. Interfaz de la herramienta de diagnóstico.



Fuente: autoras.

3.4. Validación de la herramienta por expertos

Se presentan los resultados del proceso de validación de la herramienta por expertos en gestión empresarial y capitalismo consciente con expertos de Madrid, España. Se resume la retroalimentación proporcionada por los expertos sobre la claridad de las preguntas, la relevancia de las métricas y la usabilidad de la herramienta. Se describen los ajustes que se implementaron en la herramienta a partir de la retroalimentación de los expertos.

3.5. Aplicación de la herramienta a tres pymes colombianas

En este subapartado se describe el plan para aplicar la herramienta de diagnóstico a tres pequeñas empresas en Colombia para validar su efectividad y utilidad. Se explica cómo se analizarán los resultados obtenidos y las percepciones de los empresarios para identificar oportunidades de mejora en la herramienta y en el proceso de consultoría. Esta estructura proporciona una base sólida para el desarrollo, permitiendo presentar los resultados de la investigación de manera clara, organizada y coherente. Al seguir este enfoque, se podrá demostrar cómo se han integrado las diferentes teorías y modelos para diseñar una herramienta de diagnóstico que pueda contribuir a la transformación consciente de las pymes en Colombia.

4. DISCUSIÓN

Se presenta una discusión comparativa de los hallazgos obtenidos en la investigación, contrastando diferentes teorías, modelos y corrientes de pensamiento relevantes para el capitalismo los negocios conscientes y la transformación organizacional de las pymes en Colombia. Se analizan las implicaciones de estos hallazgos para la práctica empresarial y se identifican las áreas de oportunidad para futuras investigaciones.

Al comparar las similitudes y diferencias entre el capitalismo consciente y los negocios conscientes se observa que ambos enfoques pueden contribuir a la creación de empresas más sostenibles y responsables, pero difieren en su énfasis y alcance. Tras explorar las

fortalezas y debilidades de cada enfoque en el contexto de las pymes colombianas, se analizaron las implicaciones de adoptar un enfoque u otro para la toma de decisiones estratégicas en las empresas.

Se han comparado los diferentes modelos de diagnóstico organizacional analizados en la revisión de la literatura, destacando sus ventajas y desventajas para evaluar el estado organizacional de las pymes. Se ha discutido la relevancia de considerar tanto aspectos culturales como operativos en el diagnóstico organizacional, y se ha analizado cómo la herramienta de diagnóstico desarrollada en esta investigación aborda estos dos aspectos, buscando un equilibrio entre la evaluación de la cultura y la medición de los procesos. Se han explorado las implicaciones de utilizar diferentes modelos de diagnóstico para identificar oportunidades de mejora y diseñar estrategias de transformación organizacional.

Finalmente, se ha analizado la retroalimentación proporcionada por los expertos sobre la herramienta de diagnóstico, discutiendo cómo esta retroalimentación contribuyó a mejorar la validez y confiabilidad de la herramienta. Se han explorado las implicaciones de utilizar una herramienta validada por expertos para tomar decisiones informadas sobre la transformación organizacional de las pymes, reconociendo que esta validación aumenta la confianza en los resultados y recomendaciones generadas por la herramienta. Se encuentra como limitaciones del proceso de validación, el tamaño y la diversidad del panel de expertos, y se han sugerido áreas para futuras investigaciones.

5. CONCLUSIONES

Esta investigación ha contribuido significativamente al desarrollo de una metodología de consultoría innovadora para mapear el estado organizacional de las pymes en Colombia a nivel cultural y operativo. Se ha resaltado la importancia de considerar tanto el capitalismo consciente como los negocios conscientes en la transformación organizacional de las empresas, destacando su potencial para promover prácticas más

sostenibles y responsables. Además, se ha subrayado la relevancia de utilizar una herramienta de diagnóstico validada por expertos para tomar decisiones sobre la implementación de estas prácticas.

Se ofrecen recomendaciones específicas para las pymes colombianas que deseen adoptar prácticas de capitalismo consciente y negocios conscientes. Es crucial alinear los valores y la cultura organizacional con los principios de sostenibilidad y responsabilidad social para asegurar un impacto positivo en el desarrollo económico, social y ambiental. También se destaca la necesidad de medir y evaluar el impacto de estas prácticas para asegurar su efectividad y sostenibilidad a largo plazo.

Se reconocen las limitaciones de la investigación, como el tamaño de la muestra, el enfoque geográfico específico y la falta de datos longitudinales. Se sugieren áreas para futuras investigaciones, como la aplicación de la herramienta de diagnóstico a un número mayor de empresas, el análisis del impacto de las prácticas empresariales en el largo plazo y la exploración de las barreras y facilitadores para la adopción de modelos de negocio más conscientes. Estas futuras investigaciones podrían profundizar en la comprensión de cómo el capitalismo consciente y los negocios conscientes pueden transformar positivamente el panorama empresarial colombiano.

REFERENCIAS

- Aleatrati Khosroshahi, P., Haider, M., Volkert, S., Matthes, F. & Gernegroß, M. (2018). Business capability maps: Current practices and use cases for enterprise architecture management. *Journal of Enterprise Architecture*, 14(2), 11-20.
- Babbie, E. (2020). *The practice of social research*. Cengage Learning. <https://thuvienso.hoasen.edu.vn/bitstream/handle/123456789/13352/Contents.pdf>
- Bhuiyan, N. & Baghel, A. (2005). An overview of continuous improvement: From the past to the present. *Management Decision*, 43(5), 761-771. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/00251740510597761/full/html>
- Brown, T. (2019). The role of organizational culture in business sustainability. *Journal of Business Ethics*, 154(3), 635-646.
- Burnard, K. & Bhamra, R. (2011). Organizational resilience: Development of a conceptual framework for organizational responses. *International Journal of Production Research*, 49(18), 5581-5599. <https://doi.org/10.1080/00207543.2011.563827>
- Cameron, K. S. & Quinn, R. E. (2011). *Diagnosing and changing organizational culture: Based on the competing values framework*. John Wiley & Sons. <https://archive.org/details/diagnosing-changing0000came>
- Capitalismo Consciente (2022). ¿Son las empresas conscientes los únicos negocios con futuro? <https://capitalismoconsciente.es/blog/son-las-empresas-conscientes-los-unicos-negocios-con-futuro/#:~:text=En%20concreto%2C%20las%20compañ%C3%ADas%20que,experimentaron%20aue-llas%20otras%20empresas%20inconscientes>
- Carroll, A. (1979). A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. *The Academy of Management Review*, 4(4), 497-505. <https://doi.org/10.2307/257850>
- Creswell, J. W. & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Sage publications. https://www.academia.edu/download/55010759/creswell_Qualitative_Inquiry_2nd_edition.pdf
- Dempsey, J., O'Brien, R. & Cox, L. (2018). Sustainability in business: A systematic literature review. *Journal of Cleaner Production*, 188, 123-138.
- Denzin, N. K. & Lincoln, Y. S. (2011). *The Sage Handbook of Qualitative Research*. Sage Publications. [https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=AIRpMHgBYqIC&oi=fnd&pg=PP1&dq=Denzin,+N.+K.,+%26+Lincoln,+Y.+S.+\(2011\).+The+SAGE+handbook+of+qualitative+research.+Sage+Publications.&ots=kqCKyEiAhc&sig=tdNgJ7MSIA4Gx8Q-zcdSHJk8ZI](https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=AIRpMHgBYqIC&oi=fnd&pg=PP1&dq=Denzin,+N.+K.,+%26+Lincoln,+Y.+S.+(2011).+The+SAGE+handbook+of+qualitative+research.+Sage+Publications.&ots=kqCKyEiAhc&sig=tdNgJ7MSIA4Gx8Q-zcdSHJk8ZI)
- Elkington, J. (1998). Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business. *Journal Environmental Quality Management*, P37-P51. https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/5578099/mod_resource/content/1/Elkington_Triple_Bottom_Line.pdf
- Elkington, J. (2018). *The zeronauts: Breaking the sustainability barrier*. Routledge. <https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9780203121351/zeronauts-john-elkington>
- Elo, S. & Kyngäs, H. (2008). The qualitative content analysis process. *Journal of Advanced Nursing*, 62(1), 107-115.
- FEMP (2003). Procesos de mejora continua. <https://www.aciame-ricas.coop/IMG/mejoracontinua.pdf>
- Flick, U. (2018). *An introduction to qualitative research*. Sage Publications. https://order-papers.com/sites/default/files/tmp/webform/order_download/pdf-an-introduction-to-qualitative-research-uwe-flick-pdf-download-free-book-2a466da.pdf
- Friedman, M. (13 de septiembre, 1970). The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. *The New York Times Magazine*. https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-540-70818-6_14

- García, S. (enero 2021). Capitalismo consciente y capital humano: claves para solucionar la crisis del sistema capitalista. *Revista Capital Humano*, 24(250), 60-63. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3362769>
- Hutton, G. (2020). The importance of transparency in business. *Business Ethics Quarterly*, 30(1), 45-68.
- Kantor, J. (2021). *Conscious business: A practical guide to making a difference*. Wiley. <https://search.proquest.com/openview/fcdc5ffe358c737564f0d701b7b96a54/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750&diss=y>
- Kofman, F. (2006). *La empresa consciente: como construir valor a través de valores*. Aguilar. https://books.google.com.co/books?id=UcxwEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gb_s_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Kofman, F. (2013). *Conscious Business: How to Build Value Through Values*. Sounds True.
- Laloux, F. (2015). *Reinventar las organizaciones*. Arpa y Alfil editores.
- Mackey, J. (2011). What conscious capitalism really is. *California Management Review*, 53(3), 83-90. <https://doi.org/10.1525/cmr.2011.53.3.83>
- Mackey, J. & Sisodia, R. (2013). Conscious Capitalism: Liberating the Heroic Spirit of Business. *Harvard Business Review Press*, 2013, 11-43. <http://integralleadershipreview.com/9238-conscious-capitalism-liberating-the-heroic-spirit-of-business-2/>
- Mipye. (s.f.). ¿Por qué son importantes las mipyme dentro de la agenda estatal? <http://www.aplicaciones-mcit.gov.co/guias-pymes/c1i3.html>
- Moreno, J. (s.f). Hubspot: Qué son, cuántas hay y ejemplos. <https://blog.hubspot.es/marketing/la-importancia-de-las-pymes-en-colombia>
- Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. *Academy of Management Review*, 23(2), 242-266. <https://www.jstor.org/stable/259373>
- O'Toole, J. Vogel, D. (2011). Two and a half Cheers for Conscious Capitalism. *California Management Review*, 53(3), 60-76. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1525/cmr.2011.53.3.60>
- Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press. <https://archive.org/details/competitiveadvan00port/mode/2up>
- Porter, M. E. (1990). The competitive advantage of nations. *Harvard Business Review*, 68(2), 73-93. https://economie.ens.psl.eu/IMG/pdf/porter_1990_-_the_competitive_advantage_of_nations.pdf
- Porter, M. E. & Kramer, M. R. (2019). Creating shared value: Competitive advantage through social impact. *Harvard Business Review*.
- Raineri, N. & Paillé, P. (2016). Connecting corporate social responsibility and sustainability: A multi-level framework for exploring the impact of sustainability practices on performance. *Sustainability*, 8(7), 632.
- Schein, E. H. (1989). *Organizational culture and leadership* (2.^a ed.). Jossey-Bass. <https://archive.org/details/organizationalc000sche/page/n9/mode/2up>
- Schein, E. H. (2017). *Organizational culture and leadership* (5.^a ed.). John Wiley & Sons. <https://tinyurl.com/mr3zuw2c>
- Sisodia, R., Henry, T. & Eckschmidt, T. (2018). Conscious Capitalism Field Guide: Tools for Transforming Your Organization. *Harvard Business Review Press*, 141-174. https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=1798802&lang=es&site=eds-live&scope=site&ebv=EB&ppid=pp_141
- Søndergaard, M. (2001). Geert Hofstede, Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviours, Institutions, and Organizations Across Nations. *International Journal of Cross Cultural Management*, 1(2), 243-246. <https://tinyurl.com/59abrta3>
- Sorabh, G. (2010) Chapter 1 Inspiring Individuals: Transforming Organizations. En *Spirituality and Business*, 117. Springer-Verlag. https://doi.org/10.1007/978-3-642-02661-4_11
- The Arthur Page Center. (2022). Conscious Capitalism: A definitions. <https://archive.pagecentertraining.psu.edu/public-relations-ethics/corporate-social-responsibility/lesson-2-introduction-to-conscious-capitalism/conscious-capitalism-a-definition/>
- Rivas-Tovar, L. A. (2007). Mapa de las teorías de la organización: Una orientación para empresas. *Gaceta Ide@ CONCYTEG*, 2, 23(30). https://www.researchgate.net/publication/228804463_Mapa_de_las_teorias_de_la_organizacion_una_orientacion_para_empresas
- Zamora, E. A. (2016). Value chain analysis: A brief review. *Asian Journal of Innovation and Policy*, 5(2), 116-128. <https://koreascience.or.kr/article/JAKO201627939359571.page>