



**CULTURA Y
RESPONSABILIDAD
SOCIAL EMPRESARIAL**

HORACIO MARTÍNEZ

Martínez Herrera, Horacio, autor

Cultura y responsabilidad social empresarial / Horacio Martínez

Herrera. -- Primera edición. -- Bogotá : Ecoe Ediciones, 2022.

112 páginas. -- (Las claves del arte de vivir ; 2)

Incluye datos curriculares del autor -- Incluye referencias bibliográficas.

ISBN 978-958-503-418-1 (impreso) - 978-958-503-419-8 (e-book)

1. Responsabilidad social de los negocios 2. Cultura - Aspectos sociales
3. Emprendimiento

CDD: 658.408 ed. 23

CO-BoBN - a1095236



Área: *Ciencias empresariales*

Subárea: *Management*

Colección: *El arte de vivir*

ECOE
EDICIONES



© Horacio Martínez Herrera

► Ecoe Ediciones S.A.S.
info@ecoeediciones.com
www.ecoeediciones.com
Carrera 19 # 63C 32,
Tel.: 919 80 02
Bogotá, Colombia

Primera edición: Bogotá, julio del 2022

ISBN: 978-958-503-418-1

e-ISBN: 978-958-503-419-8

Directora editorial: Claudia Garay Castro
Coordinadora editorial: Paula Bermúdez B.
Diagramación: Yolanda Madero Tiria
Carátula: Wilson Marulanda Muñoz
Impresión: Carvajal Soluciones de
Comunicación S.A.S.
Carrera 69 #15-24

*Prohibida la reproducción total o parcial por cualquier medio
sin la autorización escrita del titular de los derechos patrimoniales.*

CONTENIDO



INTRODUCCIÓN	IX
CAPÍTULO 1. LA CULTURA	1
1. La cultura como estilo de vida de un pueblo.....	1
2. Pluralismo cultural.....	3
3. Cultura y urbanismo	5
4. La expresión cultural.....	6
5. Cultura como sistema de pensamiento	7
6. Cultura y modernidad	11
7. Cultura y valores.....	13
8. Cultura y globalización de las comunicaciones.....	14
CAPÍTULO 2. CULTURA Y POLÍTICA	17
1. Cultura y política	17
2. Concepto de ideología.....	18
3. La ideología capitalista liberal	23
4. La ideología socialista.....	26
5. La ideología totalitaria.....	27

CAPÍTULO 3. CULTURA Y RELIGIÓN	31
1. Cultura y valores éticos y religiosos.....	31
2. Evangelización de la cultura.....	33
CAPÍTULO 4. CULTURA Y DESARROLLO	43
1. Concepto de desarrollo.....	43
2. Cultura y desarrollo humano.....	47
3. Cultura del desarrollo en américa latina	50
4. Dimensión cultural del desarrollo socioeconómico....	51
CAPÍTULO 5. EMPRESA Y CULTURA	
ORGANIZACIONAL	55
1. Ética y cultura empresarial.....	55
2. Comités de ética	57
3. Asesoría ética	59
4. Credos empresariales	60
5. Códigos de conducta	62
CAPÍTULO 6. EMPRESA Y DESARROLLO	
SOCIOCULTURAL	65
1. Responsabilidad social de la empresa.....	65
2. Intervención cultural de la empresa	65
3. Empresa y cultura de la paz	68
4. La empresa y los derechos humanos.....	70
5. Empresa y equidad	70
6. Empresa y tecnología	76
7. Empresa y producción de conocimiento.....	77
8. Empresa, educación y cultura.....	78
9. Empresa y promoción del multiculturalismo.....	79
10. Empresa y democracia.....	79
Conclusión: tareas de responsabilidad social empresarial desde la perspectiva cultural	80
CAPÍTULO 7. CULTURA DEL EMPRENDIMIENTO.....	83
1. Medite en su proyecto	83
2. Programe el cerebro para el éxito	88

3. Motívese para lograr su propósito.....	93
4. Trabaje duro para alcanzar sus metas.....	94
5. Sea una persona intrépida.....	98
6. Enfrente con coraje los retos.....	100
7. Asuma con audacia riesgos calculados.....	102
8. Capitalice los fracasos para alcanzar el éxito	104
9. Sea disciplinado y aproveche bien el tiempo	106
10. Sea positivo y supere los negativismos	109
BIBLIOGRAFÍA	113

INTRODUCCIÓN

A decorative flourish consisting of a horizontal line with curved ends, centered under the title, and a small diamond shape at the bottom center.

La responsabilidad social empresarial es básicamente un nuevo enfoque cultural sobre las relaciones de la empresa con lo social. En este ensayo pretendemos esclarecer la naturaleza de la cultura y su relación con la función social que debe desempeñar toda empresa.

Hasta hace poco las actividades culturales eran vistas por el Estado y por muchos ciudadanos como actividades improductivas, que interesaban sólo a unos pocos y estaban separadas del resto de tareas indispensables en la vida del ciudadano. Lo mismo pasaba con las empresas que consideraban a lo cultural como fiestas folclóricas a las que había que patrocinar.

Pero hoy en día se está tomando conciencia de la necesidad de recuperar y preservar los valores y tradiciones que le dan una identidad a nuestro ser de colombianos. La cultura indica en general todo aquello con lo que el hombre desarrolla sus cualidades personales y hace más humana la vida social mediante el progreso de las costumbres e instituciones. La nueva apreciación que comienza a manifestarse muestra que

la cultura, que es de todos y para todos, resulta fundamental en la construcción y reconstrucción de la sociedad.

Y, sobre todo, actualmente se subraya que la cultura es el aspecto intelectual del medio artificial que el hombre crea en el curso de su vida social y que proporciona al individuo una pantalla de conceptos sobre la cual éste proyecta y ordena sus percepciones del mundo exterior. Por ser un sistema de significación y valoración, permite a los grupos humanos fijarse metas y dar sentido a su vida.

Más aún, la cultura se considera hoy en día como la dimensión fundamental del desarrollo pues es la que le da su sentido humano. El éxito o fracaso del desarrollo económico de las naciones está poniendo cada vez más de relieve la importancia que jugará la cultura en el siglo veintiuno para cerrar la brecha entre países ricos y países pobres. Hay que edificar una cultura que promueva el auténtico desarrollo y que ayude a que todos los hombres convivan pacíficamente.

La intervención de la empresa en la promoción de la cultura abre perspectivas muy innovadoras sobre la naturaleza de la responsabilidad social empresarial. La perspectiva cultural estimula la creatividad de las empresas de cara a los retos sociales del siglo XXI.

La caracterización de las principales ideologías las tomé de unos apuntes que me proporcionó Enrique Castillo.