

Parra Moreno, C. F., & Sánchez Cárcamo, R. A. (2024, septiembre-diciembre). Un análisis crítico-filosófico sobre los fundamentos de la asociatividad empresarial como un proceso de empatía. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, (73), 308-346.

<https://www.doi.org/10.35575/rvucn.n73a11>

## **Un análisis crítico-filosófico sobre los fundamentos de la asociatividad empresarial como un proceso de empatía**

*A critical-philosophical analysis on the foundations of business associativity as a process of  
empathy*

**Carlos Fernando Parra Moreno**

Doctorando en Administración

Instituto de Educación a Distancia (IDEAD), Universidad del Tolima

Ibagué, Colombia

[cfparra@ut.edu.co](mailto:cfparra@ut.edu.co)

**Orcid:** <https://orcid.org/0000-0001-7995-0401>

**CvLAC:**

[https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod\\_rh=0001154010](https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0001154010)

**Ricardo Antonio Sánchez Cárcamo**

Doctor en Ciencias Sociales

Escuela de Negocios, Universidad de la Salle

Bogotá, Colombia

[ricsanchez@unisale.edu.co](mailto:ricsanchez@unisale.edu.co)

**Orcid:** <https://orcid.org/0000-0002-2258-3927>

**CvLAC:**

[https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod\\_rh=0001429413](https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0001429413)

**Recibido:** 1 de septiembre de 2023

**Evaluado:** 06 de mayo de 2024

**Aprobado:** 21 de julio de 2024

**Tipo de artículo:** Reflexión.

### **Resumen**

La asociatividad empresarial es una agrupación de empresas que busca crear una ventaja competitiva a través de la división del trabajo y la mejora en la productividad, entre otras estrategias, y que facilita alcanzar una mayor participación en el mercado. El objetivo de trabajo



fue comprender, desde una interpretación económica y filosófica, cómo la asociatividad es un proceso de empatía entre empresarios que buscan unos beneficios económicos, donde el trabajador, como medio de producción, no es ganador de estos beneficios. La propuesta partió del paradigma interpretativo, desde un enfoque cualitativo, basado en investigación crítica-interpretativa y la técnica de revisión documental. Desde un análisis crítico y deconstructivo de la teoría de la distribución clásica de Smith, se encontró que, a mayores condiciones de empatía, entre empresarios, mayor capacidad de asociatividad y, por ende, de competitividad empresarial, manteniendo en el centro al trabajador y no al margen como un simple factor productivo. La importancia del trabajo se da en tanto que, a partir de la deconstrucción del concepto de asociatividad, se pueden identificar las “contradicciones” constitutivas alrededor de esta propuesta empresarial y estratégica como una de las formas para fortalecer el edificio epistemológico y filosófico alrededor de la teoría administrativa.

**Palabras claves:** Adam Smith; Asociatividad; Carlos Marx; Deconstrucción; Filosofía moral; Investigación crítica interpretativa; Simpatía.

### **Abstract**

Business associativity is a group of companies that seeks to create a competitive advantage through the division of labor and improved productivity, among other strategies, and that facilitates achieving greater market participation. The objective of the work was to understand, from an economic and philosophical interpretation, how associativity is a process of empathy between businessmen who seek economic benefits, where the worker, as a means of production, is not the winner of these benefits. The proposal started from the interpretive paradigm, from a qualitative approach, based on critical-interpretive research and the documentary review technique. From a critical and deconstructive analysis of Smith's classic distribution theory, it was found that the greater the conditions of empathy among businessmen, the greater the capacity for associativity and, therefore, business competitiveness, keeping the worker at the center and not aside as a simple productive factor. The importance of the work is given in that, from the deconstruction of the concept of associativity, the constitutive “contradictions” around this business and strategic

proposal can be identified as one of the ways to strengthen the epistemological and philosophical edifice around the administrative theory.

**Keywords:** Adam Smith; Associativity; Carlos Marx; Deconstruction; Moral philosophy, Interpretive critical research; Simpathy.

**Código JEL:** B14, P13.

### **Introducción**

Para analizar e interpretar críticamente la asociatividad como un proceso de empatía entre empresarios es necesario partir de los fundamentos del individualismo liberal, como resultante de un proceso histórico que se da desde el tránsito filosófico de la virtud-felicidad al placer, y de este a la noción de empatía en medio del devenir de la división de las clases sociales. La revisión de este tránsito permite analizar la relación de la asociatividad empresarial como resultado empático (y de amistad en el sentido de Epicuro) con el crecimiento económico y la distribución desigual de las ganancias privadas en la sociedad.

El concepto de empatía es un constructo social planteado desde la antigua Grecia. De esta manera, Sócrates hacía ética al preguntar desde una postura metafísica sobre el bien, cuestión que lo diferencia de los sofistas quienes no se les consideraba “éticos”, a pesar de que ambos se preguntan por temas como: la felicidad, la justicia, el bien y la virtud. Para los sofistas, la respuesta es válida subjetiva y científica, mientras que para Sócrates “la justicia, las virtudes, el bien, la felicidad, son realidades objetivas que encierran una racionalidad propia que el hombre puede lograr reconocer con la fuerza del *lógos, dià-lógos*” (Yarza, 1996, p. 296), y el único saber que le importa, es el saber vivir, “la felicidad y la virtud son conocimiento del bien” (Yarza, 1996, p. 296); por esta razón, Sócrates planteó una *episteme* del bien.

Según Yarza (1996), para Platón la ética es *eudemonista*, ya que lo máspreciado para el ser humano es la felicidad, y esto se alcanza como ser racional y moral a través del cultivo permanente de su alma, del bienestar general y armonioso de su vida. Según el platonismo, el ser humano alcanzaba su felicidad dentro de la *polis*, su lugar natural, cuestión que no es compartida

por los helénicos quienes consideraban que el centro del debate debía ser el individuo, sustituyendo de esta manera a la ciudad, mientras que la ética hace lo mismo frente a la política. Esta ética es de un orden más materialista y práctica, centrada en el buen vivir, y fundamentada en las leyes de la naturaleza toma un enfoque más natural y humano. Con Aristóteles se crea el campo de estudio teórico y práctico de la ética, a partir de la ética de las virtudes para dar una explicación racional de cómo el hombre debe vivir. Según Garcés Giraldo y Giraldo Zuluaga (2014a, 2014b), Aristóteles plantea dos tipos de virtud o excelencia humana: la virtud ética o moral, y la virtud *dianoética* o intelectual.

Posteriormente, en el periodo helenístico<sup>1</sup> de la filosofía se plantea una pérdida en el interés general para pensar ahora en el interés particular o individual, contrario al platonismo y el aristotelismo. Los abanderados de este giro son Epicuro (Epicúreos) y Zenón de Citio (Estoicos), cuyas escuelas se denominaron las “filosofías morales”, ya que tenían como objeto central la ética y la felicidad humana. En esta misma línea, también se presentan los escépticos, los cínicos y los peripatéticos.

La moral en la Edad Media fue un concepto profundamente influenciado por la religión, especialmente por el cristianismo que dictaba gran parte de la vida cotidiana y las normas sociales; la Iglesia católica era la principal autoridad moral. Por ejemplo, San Agustín desde una combinación de filosofía platónica y cristianismo presenta sus ideas éticas centradas en el amor, la voluntad y la gracia divina. Por su lado, Santo Tomás de Aquino, desde su obra "Summa Theologica", combina la filosofía aristotélica con la doctrina cristiana, ofreciendo una visión sistemática de la ética; desde este punto de vista, sostiene que la ley natural es una participación de la ley eterna (la ley de Dios) en las criaturas racionales, donde esta ley es accesible a través de la razón y permite a los seres humanos discernir el bien del mal. Santo Tomás, siguiendo a Aristóteles, “propone las virtudes cardinales (prudencia, justicia, fortaleza y templanza) y las virtudes teologales (fe, esperanza y caridad)” (da Silva, 2023, p. 107).

---

<sup>1</sup> Los términos «helenismo» y «helenístico», según Yarza (1996), proceden de una palabra griega (hellênizein) que hace referencia al proceso por el cual Alejandro trató de llevar la cultura y la lengua griegas a todos los dominios de su imperio (Otín Gavín, s.f., p. 4). Este fue un movimiento cultural dado en el Mediterráneo oriental, en Asia menor y en Mesopotamia; para algunos historiadores es la síntesis de la cultura griega dominante y las dominadas. La campaña de conquista de Alejandro Magno hacia oriente hizo que cuestiones éticas individuales y la búsqueda de la felicidad personal hicieran parte del objeto de la ética.

El paso a la modernidad crea nuevas condiciones económicas y sociales en la historia del ser humano al imponer tres máximas: la búsqueda del origen del conocimiento, la búsqueda de una verdad absoluta y la mecanización de los procesos y del análisis social a partir de la adopción del método científico de las ciencias naturales. Se da el giro del teocentrismo medieval al antropocentrismo, dando prioridad a la razón y al individualismo. La virtud se entendería, entonces, como la disposición voluntaria a actuar de acuerdo con lo que la razón establece como bueno; la felicidad es entendida como el bienestar mental que produce la práctica de la virtud. Estas ideas sientan las bases ideológicas y prácticas del capitalismo, ya que a través del sistema de libre mercado y de la competencia perfecta cada individuo busca maximizar su posición y/o bienestar económico. A su vez, la filosofía en este periodo va a explicar el origen del conocimiento desde dos posturas: el racionalismo y el empirismo. El primero, identifica la fuente del conocimiento con la razón, con el pensamiento o espíritu, considerando que las ideas son innatas; su método es el deductivo. Por su parte, el empirismo niega lo absoluto de las verdades a partir de su puesta a prueba, la evidencia y/o verificación a partir de la experiencia sensorial, ya que la mente humana nace como una tabula rasa que se va llenando de conocimientos a la medida de sus experiencias; su método es el inductivo.

Los empiristas como John Locke (1632-1704) y David Hume (1711-1776) consideran que el conocimiento humano de la realidad se alcanza con la experiencia, y que con solo la razón se conoce contingentemente. Locke va a preguntarse sobre: ¿cuál es el origen y esencia del conocimiento?, y ¿hasta dónde puede llegar el conocimiento humano? De esta forma deduce que “ningún conocimiento humano puede ir más allá de su experiencia” (Locke, 2005, p. 94). Respecto a la felicidad, para Locke (2005) esta es el máximo placer que deseamos, y la desgracia es el mayor dolor. Según Gelvez y Rojas Claros (2019), para Hume las pasiones son percepciones o contenidos de la mente, y pueden ser: sensitivas, afectivas y cognitivas. La felicidad es para Hume un sistema de placeres y búsqueda del placer que se pueden difundir en la sociedad, y esto se alcanza por medio de dos sentimientos: la benevolencia y la simpatía.

Por otro lado, la teoría moral de Hume tiene dos principios rectores: “la simpatía y el humanitarismo, expuestos en sus dos obras principales, el Tratado de la naturaleza humana y la Investigación sobre los principios de la moral” (Gelvez & Rojas Claros, 2019, p. 116). El principio de la simpatía “determina los sentimientos mediante los cuales juzgamos viciosa o virtuosa

cualquier cualidad o actitud humana” (Gelvez & Rojas Claros, 2019, p. 119), estos sentimientos se derivan de las impresiones originales, que motivan el acto moral humano del placer (virtud) o el dolor (vicio). La moral sucede entre seres humanos (Camps, 2011), una relación entre “el yo” moral y los “otros” como sujetos morales. Para Hume, “las pasiones presentan una doble relación: son objeto (a quien se dirigen) y causa (lo que la motiva), esta doble relación es el mecanismo de simpatía” (Gelvez & Rojas Claros, 2019, p. 123). Así, la simpatía para Hume se convierte en el principio de todas las pasiones.

Con el filósofo y economista escocés Adam Smith (1723-1790), se presentan dos obras que explican el nuevo orden económico capitalista: la Teoría de los Sentimientos Morales (TSM, 1759) y Una investigación sobre la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones (RN, 1776). Los aportes ético-filosóficos de la TSM son el soporte filosófico de la RN. Adam Smith “partió de la persona y de sus virtudes en la TSM, que en la RN proyectó a su dimensión social” (Del Hierro Carillo, 2019, p. 145). En la primera obra “comenzó con la ética del individuo, que estudió a través de tres virtudes: prudencia, justicia y benevolencia; y luego analizó sus consecuencias sobre la comunidad a través de los conceptos de libertad, justicia e igualdad” (Del Hierro Carillo, 2019, p. 145). Con este libro, al que pocos acceden, justifica que la búsqueda del interés particular conlleva al bienestar común a través de la mano invisible, para él: “la sociedad es vital para el desarrollo del individuo y una sociedad sin justicia no es viable; por ello, el individuo no puede ni debe dañar a los otros” (Del Hierro Carillo, 2019, p. 145).

Para Smith, a partir del intercambio se llega a la división del trabajo y a la satisfacción de las necesidades humanas sin ninguna intervención de una mano invisible, sino a partir del propio interés y de sus motivaciones, es por esto por lo que:

En la RN, Smith analiza un sistema económico caracterizado por la división del trabajo, que eleva la productividad y aumenta la oferta de bienes, en el que el intercambio no se basa en la benevolencia sino en el interés propio. (Del Hierro Carillo, 2019, p. 155)

Según Del Hierro Carillo (2019), para Smith, a partir del intercambio, es el empresario y su actividad la que genera beneficio social, esto va a justificar y adoptar la mano invisible para que funcione este proceso de cambio. El empresario invierte donde se le genera más rentabilidad para así ampliar el mercado; esta inversión se lleva a cabo en la manufactura donde hay mayor rentabilidad, mayor valor agregado y, por ende, más empleo, “el aumento del empleo genera más

ingresos y la demanda consiguiente absorbe la mayor producción resultante de la especialización” (Del Hierro Carillo, 2018, p. 156). En esto, Smith va en sintonía con el concepto de asociatividad, en tanto uno de sus objetivos es la ampliación del mercado y de las ganancias de sus miembros, a partir de procesos simpáticos.

Siguiendo a Del Hierro Carillo (2019), Adam Smith, desde su lógica y la TSM llega a la ética y a la virtud individual, y demuestra en la RN que las acciones individuales determinan las condiciones sociales y económicas de un territorio. A partir de esta lógica se puede entender a la asociatividad empresarial como la unión de las fuerzas de unidades productivas que, a partir de procesos “simpáticos”, buscan un objetivo común. Desde una postura ética y ontológica, Smith en su TSM plantea el concepto de simpatía, entendido como ponerse en los zapatos del otro, o como el grado de entendimiento que uno tiene para con el otro; es imaginar qué siente o piensa esa persona, sin llegar a sentir lo mismo del otro como condición de una interpretación desde la imaginación:

La imaginación nos permite situarnos en su posición, concebir que padecemos los mismos tormentos, entrar por así decirlo en su cuerpo y llegar a ser en alguna medida una misma persona con él y formarnos así alguna idea de sus sensaciones, e incluso sentir algo parecido, aunque con una intensidad menor. (Smith, 1997, p. 50)

Con la llegada del capitalismo, este proceso secularizado de mecanización e individualización pasa de la relación señor feudal-siervo a una de empresario-trabajador, que más adelante se soporta en el edificio teórico y estático de la Economía Neoclásica; olvida el papel de los incentivos al trabajador y lo lleva a la escala de un factor productivo más, que ingresa a una “caja negra”, con el objeto de aumentar la producción marginal. Esto lo va a entender el empresario actual al ingresar al mercado y sabe que una mejor productividad no es la única ventaja que tiene para “ganar” una más alta porción de este. Entre las diferentes formas para poder competir en un mercado se encuentra la asociatividad empresarial que busca favorecer: la participación en un mercado, la mejora de la productividad individual y, por ende, agregada, un alto nivel de empleo y de la ampliación de la demanda, mejorando el bienestar social; no se parte de esfuerzos individuales sino grupales.

El presente documento, en un inicio, plantea un diálogo y una interpretación de la postura aristotélica de la virtud y su impacto en el desarrollo del hedonismo en Epicuro. Posterior a ello,

se plantea la interpretación que se realiza sobre el concepto de “placer” y su importancia en la forma de cómo las organizaciones, en términos de Smith, a partir de su comportamiento “egoísta” practican la asociatividad para buscar un “bien común”, de manera que, a partir de una lógica del exceso, se llegue al “justo medio” de Aristóteles.

Para lograr este diálogo, se espera deconstruir a través de un análisis intelectual la estructura del concepto de simpatía de Smith, para comprender cuáles son los alcances de la asociatividad empresarial. De este modo, con la deconstrucción se busca encontrar o evidenciar ambigüedades, debilidades, fallas o contradicciones a lo largo de esta teoría o discurso. En este caso, se ha considerado tradicionalmente que las empresas incrementan su productividad a partir del aumento a corto plazo del factor trabajo en unidades agregadas o en producto marginal por empleado, obedeciendo a una lógica de mercado y de beneficio económico para el empresario, en detrimento de las condiciones laborales de los trabajadores.

En este escrito se pretende evidenciar esta contradicción a partir de la lógica de la empatía propuesta por Adam Smith en sus dos obras cumbre, la Teoría de los Sentimientos Morales (TSM) y la Riqueza de las Naciones (RN), teniendo como presupuesto la realidad de la división de clases que plantea Karl Marx en el Manuscrito de Filosofía y Economía (MFE). La hipótesis del trabajo es analizar cómo a mayores condiciones de empatía entre empresarios, mayor capacidad de asociatividad y, por ende, de competitividad empresarial, manteniendo en el centro al trabajador y no al margen como factor productivo, toda vez que se comprende como parte de los costos variables.

El documento se encuentra dividido en cinco secciones independientes de la introducción: en la primera se aborda el tema de la virtud aristotélica; en la segunda parte, se trata el tema de Epicuro y el hedonismo como fuente de la teoría del placer; en la tercera parte, se llega a Adam Smith con el tema de la simpatía como medio de intercambio en el mercado; en la cuarta parte, se reinterpreta esa contradicción de la productividad neoclásica de la economía a través de la deconstrucción tradicional de la teoría de la distribución de Adam Smith a partir de Karl Marx. Finalmente, se presentan las conclusiones.



## **Marco teórico**

### **La virtud aristotélica**

Aristóteles (384 a.C. – 322 a.C.) nace en Estagira al norte de Grecia, discípulo de Platón y maestro de Alejandro Magno; es reconocido por sus amplios aportes a la filosofía en ética, biología, política, lógica, metafísica y retórica. Contrario a la teoría del conocimiento de las ideas de Platón, su fundamento epistemológico se centra en la experiencia, por lo adquirido a través de los sentidos, esto lo deja claro en su hilemorfismo (Garrocho Salcedo, 2016; Peña, 1987), con el que considera que el cuerpo está compuesto por dos principios esenciales: la dualidad de la materia (lo particular, de lo que está hecha la sustancia) y la forma (lo universal, es la configuración de la materia que hace que sea lo que es). Para Aristóteles, en el mundo material, la materia no puede darse sin forma y la forma no puede darse sin materia; por tanto, no hay separación de alma y cuerpo, son una unidad, al ser lo constituye lo formal y lo material.

Aristóteles considera que el fin que busca el hombre es la felicidad y esta se alcanza con una vida intelectual y contemplativa. El bien supremo es la felicidad (*eudaimonía*) alcanzada con la sabiduría; es decir, con la virtud se espera alcanzar la felicidad. Aristóteles identifica la virtud (*areté*) con el "hábito" (*héksis*) de actuar a partir del "justo término medio" entre dos fuentes o actitudes extremas que denominará vicios. Por tanto, la virtud o *areté* era la práctica y la búsqueda de la excelencia que se adquiere con buenos hábitos, la experiencia y la formación, opuesto al vicio que era el error por exceso o defecto. De esta forma:

La virtud aristotélica, es la fuente de las mejores acciones y pasiones del alma; es capaz de disponernos a realizar los mejores actos y a obrar, bien y siempre mejor, de acuerdo con la recta razón que es elegida desde una disposición intelectual denominada prudencia; encargada de unir el conocimiento y la acción. (Garcés Giraldo, 2015, p. 127)

El hombre virtuoso, para Aristóteles, es aquel que tiene el hábito de actuar rectamente dentro de un justo medio (o conforme a la virtud), soportado en una sabiduría práctica que denominará prudencia (*phrónesis*). Sin este proceso el ser humano puede actuar en exceso o en

defecto, dentro del vicio, “por lo tanto, se puede afirmar que el hombre virtuoso es aquel que ha adquirido como hábito la realización correcta de sus funciones individuales y sociales, en términos de buscar siempre beneficios y de evitar perjuicios” (Aranda Barradas & Salgado Manjarrez, 2005, p. 37). Adicionalmente, “la virtud del hombre es el modo de ser por el cual el hombre se hace bueno y realiza bien lo que le corresponde hacer en lo individual, en su entorno inmediato y en la sociedad de la que forma parte” (Garcés Giraldo & Giraldo Zuluaga, 2014a, p. 71).

Aristóteles identifica dos virtudes: la virtud ética o moral y la virtud dianoética o intelectual. Las virtudes morales son adquiridas a través de la costumbre o el hábito y forman la parte irracional del alma. Las virtudes intelectuales o dianoéticas se originan y crecen

Principalmente por la enseñanza, y por ello requiere experiencia y tiempo; la ética, en cambio, procede de la costumbre (...) de este hecho resulta claro que ninguna de las virtudes éticas se produce en nosotros por naturaleza; puesto que ninguna cosa que existe por naturaleza se modifica por costumbre. (Aristóteles, 2010, p. 52)

A través de la obra de Aristóteles se logran identificar las siguientes virtudes:

Las virtudes éticas se encuentran la liberalidad, la magnificencia, la magnanimidad, la mansedumbre, la amabilidad, la sinceridad, la agudeza, el pudor y la vergüenza, la justicia, la continencia, la amistad, la valentía, la moderación, la benevolencia, la concordia; la dignidad y, entre las virtudes intelectuales: la sabiduría, la ciencia, la intuición, la prudencia y el arte. (Garcés Giraldo & Giraldo Zuluaga, 2014a, p. 71)

## **Epicuro y el hedonismo**

Epicuro de Samos (341 a.C.- 270 a.C.) es el fundador de la escuela de Filosofía Helenística que lleva su nombre, y “fue el primero en pensar el placer como principio para una teoría moral” (Tafur Gómez, 2016, p. 64). El pensamiento de Epicúreo se caracteriza, ante todo, por definir lo ético como lo que proporciona la felicidad, por medio de la obtención del placer (ausencia de dolor), razón por la que se los conoce también como hedonistas (del griego *hedoné*=placer). Considera, además, que el ser humano busca la felicidad o placer en la adquisición del conocimiento, en la amistad, en una vida sencilla y en la paz mental. El placer como un fin natural,

huyendo del sufrimiento; entonces, el placer es “un bien inherente, así como el dolor es maligno” (López Salort, 2021, p. 89). Para Epicuro:

Los seres humanos y los animales buscan el placer y evitan el dolor determinando lo placentero como bueno y lo doloroso como malo. Por eso decimos que el placer es el principio y fin del vivir feliz. Pues lo hemos reconocido como bien primero y connatural, y a partir de él hacemos cualquier elección o rechazo, y en él concluimos cuando juzgamos acerca del bien, teniendo la sensación como norma o criterio. (Epicuro, 2002, p. 4)

Por esta razón rechazó las tesis metafísicas de Platón (alma incorpórea, el placer no es un fin) y de Aristóteles (el placer se ve en sus aspectos positivos y negativos), y se amparó en la doctrina materialista de Demócrito. Es importante advertir que la razón que tenían los epicúreos para acoger las ideas de Demócrito no era que creyeran que estas eran la verdadera realidad y/o verdad absoluta, sino que les pareció que era una forma de concebir esta realidad y el mundo, el cual otorga más felicidad que desde una opción fatalista, finalista y llena de entidades espirituales. Este materialismo establece que el alma y el cuerpo no se separan uno del otro (como también lo proponía Aristóteles), de tal modo que la muerte implicaría el fin de los dos. En la Figura 1 se muestran los diferentes términos para hacer referencia del concepto de placer en los griegos.

### **Figura 1**

*Sinónimos del concepto placer en los griegos*



Los placeres son clasificados por Epicuro jerárquicamente de la siguiente manera: los básicos; los inferiores o cinéticos, que hacen referencia al cuerpo humano; y los superiores o catatemáticos que son los del espíritu y mencionan la ausencia de dolor físico (aponía) y el dolor espiritual (ataraxia).

Con el placer se espera calmar un deseo, es así como el placer puede clasificarse según los deseos que busque satisfacer. Los deseos pueden ser naturales y necesarios (alimento, bebida,

techo, etc.); los naturales y no necesarios (satisfactores lujosos); y los no naturales y no necesarios (aquellos no surgen del cuerpo, sino de ideas como la pobreza, la riqueza, la envidia, el poder).

Epicuro dividió la filosofía en tres disciplinas: Canónica o epistemología, que propone qué conocer y cómo distinguir lo cierto de lo erróneo; la física, que busca una explicación desmitificadora del mundo; y la ética, que busca como obtener la felicidad, el cuál es el verdadero objetivo de la filosofía.

Desde lo canónico o epistemológico, los epicúreos afirmaron desde una postura empírica que la única fuente posible de conocimiento es la percepción sensible, que la realidad es material indiferente a cualquier elemento espiritual o último, donde el mundo se explica a partir de sus causas materiales (lo átomos) y su comportamiento mecánico. De esta forma, la epistemología de Epicúreo plantea tres criterios de verdad o mecanismos para acceder al conocimiento: el de la sensación (evidencia inmediata, absoluta y verdadera), la anticipación (opiniones o ideas previas que proceden de la sensación, permiten la recordación, no son ideas innatas, corresponden a la razón formadas a partir de los sentidos) y las afecciones o sentimientos (respuestas inmediatas del cuerpo respecto a las sensaciones como son el placer y el dolor, las cuales permiten elaborar juicios morales).

Según Orozco-Mangú (2014), la física de Epicúreo se basa en dos principios: el primero, reza que “Nada puede nacer de la nada, y nada puede reducirse a la nada”; y, el segundo, “El universo consiste en átomos y vacío, y es infinito” (p. 22). Es con el segundo que pretende explicar que los seres que se conocen surgen del choque de unos átomos con otros, creando distintas combinaciones, bajo el supuesto de que los átomos son eternos y siempre han existido, y que solo hay una cantidad de ellos, y la reagrupación de estos da como consecuencia el devenir (la realidad se reduce o bien a átomos o bien al vacío). Epicuro considera que existen dioses, que son formados por átomos, incorruptibles y felices, los cuales nunca intervienen en el mundo, muy contrario a lo presentado en las cosmogonías griegas. De esta forma, el filósofo pretende eliminar mitos, supersticiones y algunos dioses, ya que los considera los causantes de las desgracias de los hombres. Esta física plantea la negación de la inmortalidad del alma y su transmigración, ya que la considera formada por átomos, los cuales desaparecen cuando el ser vivo muere.

La ética de Epicúreo es ascética e intelectualista, y tiene por objeto la felicidad, la *ataraxia* (situación en la que no sentimos ni placer ni dolor), la cual es individual y no social, y para alcanzar

esto el ser humano se debe apartar de la vida política y pública, y más bien buscar conocimiento. La felicidad para Epicúreo sirve para obtener placer (*hedoné*) y ausencia de dolor. El placer puede provenir corporalmente (se originan en los sentidos y es de corto plazo) y del alma (se refieren a los placeres intelectuales que dependen de los placeres corporales y son de largo plazo). Estos últimos placeres le permiten al ser humano alcanzar su autarquía (independencia y dominio de sí mismo) y la ataraxia en el mundo.

La ética junto a la epistemología y la física ayudan a comprender que los temores del ser humano limitan su felicidad. El sufrimiento puede presentarse por la pérdida del placer y el miedo, por esta razón propone cuatro orígenes del miedo: el miedo a los dioses; el miedo a la muerte; el miedo al dolor o conseguir la felicidad; y el miedo a un sufrimiento insoportable.

De manera adicional, Epicuro (2002) propone una medicina intelectual (buscar la paz mental) a estos cuatro miedos, el *tetrapharmakón*:

1. Si los dioses existen, no se debe preocupar de ellos, porque ellos tampoco se preocupan de los seres humanos.

2. No hay que temer a la muerte, porque, cuando la persona muere ya no es, al igual que antes de nacer.

3. No hay dolor que no desaparezca y la desaparición de dolor es un gran placer.

4. Lo doloroso es fácil de soportar.

La ética epicúrea, entonces, se va a centrar en buscar el placer (ausencia de dolor) y la felicidad a través de la satisfacción de los deseos naturales en su justa medida y en el rechazo a los deseos no naturales, complementado con los placeres intelectuales como la amistad y la *philía* (amor). Para Epicuro hay tres tipos de amistad: “la del placer, la de la utilidad y la superior que está basada en la virtud. De esta manera, no es posible la sabiduría en un retiro solitario” (López Salort, 2021, p. 90).

### **La simpatía como medio de intercambio en el mercado**

El planteamiento de Adam Smith sobre la simpatía se da desde la filosofía moral; por tanto, es importante conocer sus antecedentes desde los hedonistas pasando por los empiristas (se trató en la introducción) y utilitaristas (posteriores a Smith). El hedonismo es una doctrina filosófica

que considera que el placer es el determinante moral de una acción. Es común pensar que el placer es una percepción que solo se adquiere a través de los sentidos, pero de forma más amplia el placer incluye todo tipo de experiencias positivas que pueden ser o deben ser propias a la felicidad del ser humano, y estas a su vez pueden ser adquiridas o no a través de la experiencia. Respecto a cómo se interpreta y actúa sobre el placer, el hedonismo se clasifica así (Carrasco Meza, 2018; Epicuro, 2002): el hedonismo psicológico (el placer es individual y por esto egoísta, su objetivo es aumentarlo, evitando el dolor); el hedonismo ético o normativo (es prescriptivo y se pregunta por el bien o mal de las acciones que realiza una persona cuando busca placer); y el hedonismo axiológico (propone que el placer tiene valor intrínseco, este puede ser cuantitativo y cualitativo).

Con la teoría del “justo medio” aristotélica se busca eliminar el dolor (obtener placer) a través de la virtud; por tanto, el hedonismo de Epicúreo se plantea en el “justo medio”, bajo la premisa de evitar displacer, ya sea por defecto o por exceso (superar el displacer es entrar en el placer). Durante la Edad Media el placer se asoció al comportamiento egoísta e individual, lejano a la búsqueda espiritual promovida por la Iglesia católica. Hacia el siglo XVIII David Hume (1711-1776) investigará acerca “de los principios de la moral parte de la pasión como motivo de la acción y al mismo tiempo pretende que su valoración ha de guiarse por la utilidad” (Calvo de Saavedra, 1994, p. 11). Desde la investigación moral de Hume “pensar el poder de la simpatía y el espectáculo como puentes entre el deseo de felicidad y el benevolente interés por el bienestar de la sociedad humana” (Calvo de Saavedra, 1994, p. 12). Para Hume, la simpatía va tejiendo esas redes de “unión social” que pueda “hacer aparecer la utilidad como un medio catalizador, un esfuerzo mediado por la razón y la reflexión para atemperar el impulso de las pasiones y facilitar la irónica convivencia social” (Calvo de Saavedra, 1994, p. 13).

Con una visión equilibrada entre ética y economía, Adam Smith (1723-1790) logra “la articulación entre ambas dimensiones de la acción humana” (Pena López & Sánchez Santos, 2007, p. 64). Con las dos obras de Smith (TSM y RN), que según Pena López y Sánchez Santos (2007) son complementarias para el propio Smith, se pretende dar “respuesta sistemática a dos de los grandes problemas intelectuales de la Ilustración escocesa: el debate altruismo-egoísmo entre los filósofos y teólogos del momento, y la preocupación de empresarios y administradores públicos por el incipiente crecimiento económico a escala nacional” (Danner, 1976, como se cita en Pena López & Sánchez Santos, 2007, p. 64).

Adam Smith, desde la RN, comenta que: “No es por la benevolencia del carnicero, del cervecero y del panadero que podemos contar con nuestra cena, sino por su propio interés” (Smith, 1996, p. 146). Este papel antagónico y contradictorio es en apariencia la crítica más común que se le hace, pero analizando la obra en profundidad de Smith se encuentra que las dos son un proyecto inconcluso y dependientes, no contradictorios. En la TSM analiza la ética individual y en la RN la ética de la justicia, utilizando en ambas el método inductivo de análisis. A partir de la relación de las dos obras, Smith “resuelve esta tensión recurriendo a la idea de Dios, que concede al hombre la razón, con la cual este puede superar su egoísmo, ser agente creador del bienestar general y aumentar la riqueza de su nación” (Del Hierro Carillo, 2019, p. 160).

Para Del Hierro Carillo (2019) el concepto de mano invisible, en el contexto de las dos obras, se utiliza “como ética individual en la TSM y como ética social en la RN (...) Smith partió de la persona y de sus virtudes en la TSM, que en la RN proyectó a su dimensión social” (p. 145). Smith en la TSM “comenzó con la ética del individuo, que estudió a través de tres virtudes: prudencia, justicia y benevolencia; y luego analizó sus consecuencias sobre la comunidad a través de los conceptos de libertad, justicia e igualdad” (Del Hierro Carillo, 2019, p. 145).

En adición, Collao Fajardo (2021) llama la atención sobre el error tradicional que hay respecto a la interpretación indiferente de la palabra *selfish* (egoísta) de parte de Smith en los dos libros, ya que se percibe tradicionalmente que desde lo económico “los hombres actuarían según su egoísmo, mientras que en lo moral preferirían la simpatía/benevolencia” (p. 12). Collao Fajardo (2021) acusa diciendo que:

El primer problema, a mi parecer, es que no han leído las obras realmente, ya que, para Smith, el egoísmo y los propios intereses, son cuestiones distintas, así se ve postulado en diversos fragmentos de su obra en los que precisa como una virtud (estoica, menciona) el actuar en interés propio. (p. 12)

Aristóteles (2010) recuerda que el ser humano es un ser social, que este tiene la necesidad, por diversas razones, de vivir en sociedad, ya que se “es” en tanto se “co-es”. Adam Smith va a encontrar que, a partir del “ser social”, en este proceso se debe reconocer que hay intercambios de bienes y servicios en “algún tipo de mercado”, los cuales tienen la condición de ser escasos y que se debe asumir la competencia por su acceso dentro de una actitud racional como lo predica la

economía ortodoxa. Por otro lado, para Hobbes el ser humano es egoísta por naturaleza, y es el temor o una imposición externa la que le lleva a crear vínculos de unión.

Para Adam Smith (Carrasco, 2020), por el contrario, el egoísmo es algo que no es la base de las relaciones sociales, pero es algo que puede controlarse, ya que reconoce que el ser humano es capaz de ponerse en los “zapatos” del otro. Pero ¿cómo logra el hombre la conciliación o filiación con el otro en el proceso de competencia? Smith da solución desde la concepción epicúrea de la amistad que genera utilidad al proponer la empatía, entendida como el grado de entendimiento que uno tiene para con el otro; es imaginar que siente o piensa esa persona (sin llegar a sentir lo mismo de la del otro) y que de eso me es justo y pertinente. La empatía es una capacidad de la naturaleza humana, y la simpatía son los vínculos entre los seres humanos, así el *homo economicus* “reconoce que quienes participan en el mercado pertenecen a grupos que comparten ideas, sentimientos, valoraciones, etc.” (Pena López & Sánchez Santos, 2007, p. 63). Por tanto, la simpatía va a facilitar la actitud empática de intercambio en la formación de los mercados en el modo de producción capitalista.

Dentro de las críticas que ha recibido Smith, a partir de su mala interpretación y contextualización, es su “supuesta” doble postura en sus dos obras magnas; esta interpretación y/o crítica se ha conocido como el error de Adam Smith (*Adam Smith’s mistake*). Numerosos autores han llamado la atención alrededor de la temática, no sin antes advertir que es necesario leer, analizar e interpretar las dos obras para no pecar por interpretaciones ligeras (de Oliveira Boff, 2018; Dickey, 1986; Douglass, 2017; Graafland & Wells, 2021; Levy & Peart, 2020; Lomonaco, 2002; Rosenberg, 1993; Sagar, 2018; Wisman, 2019). En la TSM, Smith (1997) dice que:

El ser humano, que solo puede subsistir en sociedad, fue preparado por la naturaleza para el contexto al que estaba destinado. Todos los miembros de la sociedad necesitan de la asistencia de los demás [...]. Cuando la ayuda necesaria es mutuamente proporcionada por el amor, la gratitud, la amistad y la estima, la sociedad florece y es feliz. (p. 185)

Posteriormente, en el siglo XIX el hedonismo recupera interés gracias al trabajo de los utilitaristas Jeremy Bentham (1748-1832) y a John Stuart Mill (1806-1873), que ven al placer como un bien útil y un objetivo social. Stuart Mill a partir de los principios del hedonismo de Epicuro (el placer como bien primero y principio de una teoría moral) “crea su teoría utilitarista que consiste en buscar que la mayoría de los seres humanos sean felices” (Tafur Gómez, 2016, p.



65), y se convertirá en la base teórica de la teoría del valor subjetivo de la economía neoclásica de fines del siglo XIX. Stuart Mill coincide con Adam Smith en la TSM cuando se plantea que, a partir de la iniciativa individual y egoísta, se piensa llegar al bienestar social; esto se evidencia en el siguiente apartado:

Por más egoísta quiera suponerse al hombre, evidentemente hay algunos elementos de su naturaleza que lo hacen interesarse en la suerte de los otros de tal modo, que la felicidad de éstos le es necesaria, aunque de ello nada obtenga, a no ser el placer de presenciársela. De esta naturaleza es la lástima o compasión, emoción que experimentamos ante la miseria ajena, ya sea cuando la vemos o cuando se nos obliga a imaginarla de modo particularmente vívido. (Smith, 1997, p. 49)

Por tanto, sí se convive en sociedad y se logra compartir estas conductas y sentimientos debido a algún grado de simpatía entre las personas, el “ser empático” no sería un acto altruista o solidario, sino una situación motivada por los propios intereses. De esta manera, el proceso de intercambio en el mercado sería un acto simpático y por ende moral, ya que en este proceso se intercambian sentimientos, comportamientos, juicios de valor y de aprobación, explicados desde el enfoque de la simpatía de Smith. A partir de procesos simpáticos se logra hacer procesos de asociación entre individuos (y las organizaciones) para cumplir su función social y económica.

### **La asociatividad empresarial**

La asociatividad empresarial es una de las estrategias para alcanzar la productividad y la competitividad, en este caso como un medio y no un fin (Fernández & Narváez, 2011; Luis Busson, 2012; Santiago-Ibáñez et al., 2015). La asociatividad empresarial es la unión de dos o más organizaciones que desean alcanzar un objeto en común; que permite el crecimiento de la productividad y la cooperación entre las empresas dentro de un territorio.

Los procesos de asociatividad toman mayor fuerza durante los años 80, del siglo pasado, donde los “distritos industriales se constituyen en las primeras formas de asociatividad analizada como fenómeno socioeconómico” (Grueso-Hinestroza et al., 2009, p. 17). Es claro que, en el presente económico a nivel mundial, por la creciente apertura económica de los países y de la

mayor competencia entre empresas, la asociatividad surge como una estrategia competitiva (Medeiros et al., 2019; Souza de Paula & Monteiro da Silva, 2015).

Existen algunos modelos o tipos de asociatividad empresarial que se originan a partir de las “limitaciones en el acceso a la tecnología, ineficiencia e ineficacia en los procesos productivos, baja capacidad de negociación, escasa inversión en procesos de investigación y desarrollo y baja productividad” (Grueso-Hinestroza et al., 2009, p. 6). Entre los modelos más importantes se encuentran: los distritos industriales (Becattini, 2002; Belso-Martínez & López-Sánchez, 2012; Boix-Domènech & Galletto, 2014; Longás García, 1997; Vila-Garrido, 2019), los clusters (Alarcón-Pérez et al., 2019; De Arteche et al., 2013; McCormick, 2005; Monroy Merchán, 2016; Pineda-Ospina et al., 2020;) y las redes de empresa (Aragón-Falomir & Cárdenas, 2020; Mendoza-Galvis, 2019; Morales-Zuluaga et al., 2019). Actualmente, para el caso de la asociatividad en Colombia esta se encuentra regulada por la Ley 454 de 1998.

Esta agrupación permite a las organizaciones unir “voluntades, iniciativas y recursos, alrededor de objetivos comunes, con el propósito de ser más competitivas en el mercado global” (Rosales, 1997, como se cita en Grueso Hinestroza et al., 2009), lo que genera varios beneficios, entre ellos: economías a escala, el acceso a las organizaciones a insumos estratégicos, una mejor penetración en el mercado global con productos diferenciados, incrementando “su participación en el mercado, la productividad y la rentabilidad” (Santiago-Ibáñez et al., 2015, p. 1171). Para Grueso Hinestroza et al. (2009) “las regiones que cuentan con un volumen importante de procesos asociativos son más competitivas en comparación con aquellas donde dichos procesos son incipientes o casi inexistentes” (p. 6).

## **Metodología**

El presente trabajo es resultado de la discusión teórica y filosófica de la tesis doctoral “Determinantes de la asociatividad empresarial como potencializador de la competitividad de las productoras de cafés especiales del Tolima, un análisis desde la teoría de la simpatía de Adam Smith, 2023” presentado en el doctorado de Administración de la Universidad de la Salle, y con respaldo del Grupo Interdisciplinar de Investigación en Desarrollo, Estructuras Económicas, Políticas Públicas y Gestión (GIPEDP). Para la presente revisión y posterior discusión se planteó

como objetivo deconstruir el concepto de asociatividad empresarial como proceso empático *smithniano*, formado a partir de la larga tradición de la filosofía moral y la economía capitalista.

La metodología del estudio fue propuesta desde el paradigma interpretativo y un enfoque cualitativo basado en investigación crítica-interpretativa, apoyado con la técnica de revisión documental. El paradigma interpretativo es un enfoque epistemológico y metodológico utilizado en las ciencias sociales y humanas para comprender y explicar el significado subjetivo y la interpretación de las acciones, comportamientos y experiencias humanas. Se basa en la premisa de que la realidad social es construida y significada por los individuos a través de la interacción y la interpretación. En contraste con el paradigma positivista o cuantitativo, que busca leyes generales y explicaciones causales objetivas, el paradigma interpretativo se centra en el estudio de los significados y la comprensión de los contextos sociales y culturales en los que se desarrollan los fenómenos, el cual considera que la realidad social es compleja y se ve influenciada por múltiples perspectivas y puntos de vista (Miranda Beltrán & Ortiz Bernal, 2020; Walker Janzen, 2022).

Por otro lado, el enfoque crítico interpretativo, también conocido como enfoque crítico-hermenéutico, es una perspectiva teórica y metodológica que combina elementos del enfoque crítico y del enfoque interpretativo. Este enfoque se utiliza en las ciencias sociales y humanas para analizar y comprender los fenómenos sociales desde una perspectiva crítica y reflexiva. Este enfoque busca desvelar las relaciones de poder ocultas y los mecanismos de dominación que operan en la sociedad. Se interesa por las formas en que se construyen y mantienen las estructuras sociales, así como por las resistencias y luchas que surgen en contra de ellas. Además, se preocupa por analizar cómo los discursos, las prácticas y las instituciones influyen en la reproducción o transformación de las relaciones sociales (Durán, 2021; Juncosa Blasco & Garcés Velásquez, 2020).

El método de deconstrucción es una estrategia analítica desarrollada por el filósofo francés Jacques Derrida. Se utiliza principalmente en el campo de la teoría literaria y filosófica, aunque también ha influido en otros campos como los estudios culturales, económicos y sociales. La deconstrucción se centra en desestabilizar y cuestionar las jerarquías de significado y las oposiciones binarias presentes en el lenguaje y en el pensamiento occidental. La deconstrucción no busca encontrar el significado definitivo o la verdad última de un texto o concepto, sino que se

interesa por revelar las contradicciones, ambigüedades y tensiones internas presentes en ellos (Juncosa Blasco & Garcés Velásquez, 2022).

El análisis de las lecturas se realizó de manera sistemática, y siguió la recolección y el análisis de la información, con una elaboración de un informe de resultados. Para este ejercicio, previamente, se escogieron las bases de datos como SCOPUS, WoS, Latindex y Redalyc, en el periodo 2005-2023, para la consulta de documentos relacionados con la temática investigada. Para la búsqueda de la información se plantearon las ecuaciones de búsqueda que presenta la Tabla 1:

**Tabla 1**

*Bases de datos y ecuaciones de búsqueda*

<b>Base de datos</b>	<b>Ecuación</b>	<b>Resultados</b>
SCOPUS	adam AND smith AND simpathy	1
SCOPUS	adam AND smith's AND moral AND political AND philosophy	75
SCOPUS	( TITLE-ABS-KEY ( sympathy ) AND TITLE-ABS-KEY ( associativity ) )	0
WoS	sympathy (Title) and adam smith (Title)	1
WoS	associativity and adam smith	0

*Nota.* La búsqueda se realizó en las bases de datos a través de ecuaciones en SCOPUS y WoS. Para el caso de Latindex y Redalyc esta búsqueda se llevó a cabo por búsqueda normal y las palabras clave.

La Tabla 1 permite inferir que el tema no ha sido tratado y/o estudiado, lo que permite ver que es un tema novedoso y amplio para ser tratado, ya que en este trabajo se plantea un análisis filosófico de un tema de la estrategia empresarial como lo es la asociatividad.

Desde un análisis crítico y deconstructivo de la teoría de la distribución clásica de Smith, se encuentra que, a mayores condiciones de empatía entre empresarios, mayor capacidad de asociatividad y, por ende, de competitividad empresarial, manteniendo en el centro al trabajador y no al margen como un simple factor productivo.

## **Reflexiones**

### **Deconstruyendo la teoría de la distribución de Adam Smith desde Marx**

La teoría del valor clásica de Smith explica cómo se reparte o distribuye el producto total de la economía en los trabajadores, los capitalistas y los terratenientes a través de sus ingresos respectivos, como son los salarios, los beneficios y las rentas. Respecto al salario, en el feudalismo este era igual a producto del trabajador, no había patronos con quien negociar una ganancia del producto del trabajo, en tanto no existía una vinculación laboral formal y, por ende, no había salario. Posteriormente, Adam Smith (1996) explica cómo, con la aparición del capitalismo, los trabajadores ganan condición de empleados, pero pierden autonomía en la producción, y el excedente de su trabajo no les va a corresponder; el trabajo se convierte en un insumo más, por tanto, un costo reflejado a través del salario. Este salario pasa a un proceso de negociación entre patronos y trabajadores, donde los primeros ganan en la determinación del salario por su poder económico, ya que la necesidad del trabajador es mayor a la del patrono. Para Adam Smith (1996):

Los salarios corrientes dependen en todos los lugares del contrato que se establece normalmente entre dos partes, cuyos intereses en modo alguno son coincidentes. Los trabajadores desean conseguir tanto, y los patronos entregar tan poco, como sea posible. (p. 110)

Es así como se puede decir que el salario no depende o es determinado por el trabajo incorporado, sino por el poder de negociación, y este depende en gran medida del comportamiento del mercado laboral y las formas de las curvas de demanda y oferta de trabajo a corto plazo.

Por otro lado, los beneficios son el porcentaje del producto neto de los propietarios del capital, y es la remuneración a la que acceden por el riesgo de invertir parte de su riqueza y de dar trabajo para producir, transportar y comercializar mercancías. Estos beneficios no son un tipo de salario o monto fijo de dinero con el que se remunera al capitalista; estos dependen del capital involucrado en el proceso productivo, de ahí que a mayor capital invertido menor será su tasa de beneficio. La renta surge de la privatización y negociación de la tierra por parte de los

terratenientes, quienes demandan un “beneficio” por su tenencia, la trabajen o no, y este “beneficio” puede ser en especie (como en el feudalismo o precapitalismo) o monetario (capitalismo).

¿Cómo se da la vinculación teórica entre la teoría de la distribución para llegar a la asociatividad empresarial? En primera instancia, desde la unión de empresarios a través de procesos simpáticos. Como se ha mencionado anteriormente, la simpatía es el grado de entendimiento que uno tiene para con el otro, esta se ve reflejada en el intercambio en un mercado entre todos los actores que en el intervienen. La simpatía se puede presentar a partir de la unión entre empresarios, por ejemplo, en asociaciones, bajo el supuesto del bien común de estos. Este proceso “simpático”, entre empresas y entre capitalistas, crea una macro organización donde cada uno busca la mayor eficiencia para lograr sus objetivos, que son determinados por la división del trabajo implícita en cada organización. Para que cada uno logre su objetivo particular se debe pasar a lo común, que es la idea liberal de fondo. Lo propuesto por Adam Smith es que los intereses individuales llevan a un beneficio común y que el interés del capitalista, desde su función de inversionista, genera unos rendimientos en su lógica de maximizar sus ganancias, y en un sentido opuesto, el trabajador buscará un salario ideal para poder vivir.

En este proceso de “asociación interna” se crea plusvalía, y hace que el empresario o capitalista mal interprete esta creación en función de su beneficio, y en la búsqueda de este objetivo descuida lo más importante que es el trabajador a partir de un concepto primario como es el de la productividad (entendido como las unidades producidas por factor trabajo), lo que le lleva a ser considerado un factor productivo más, cuyo resultado hay que maximizar dentro de la función de producción. En este descuido de parte de los empresarios al buscar más beneficios se olvida de generar unas mejores condiciones laborales que permitan un mayor placer, que logre fortalecer una identidad hacia la organización y, por tanto, se geste una mayor productividad agregada.

A partir de este análisis, se propone el siguiente proceso de deconstrucción: se plantea que el trabajo pase a convertirse en una unidad de análisis de la asociatividad, donde se ratifica la propuesta de Adam Smith, quien considera que las condiciones del trabajador sean idóneas para alcanzar su mayor productividad, y donde se entienda que la división del trabajo no es “explotar” al trabajador. Adam Smith no consideraba que el trabajador debía ser explotado, este debía especializarse para lograr mejor productividad dentro de condiciones dignas de trabajo.

Lo que se pretende no es crear competencia entre trabajadores y empresas, se busca una complementariedad entre capacidades productivas para llegar a una empatía organizacional, y esto requiere de unos incentivos para orientar los niveles productivos de las empresas, a partir del cual los dueños del capital logren aumentar sus beneficios y los trabajadores su productividad con menos displacer (o dolor). Por tanto, la empatía que lleva implícitas relaciones humanas debe ser el motor de movilización de la productividad, y es el reconocimiento de mejores condiciones laborales, y no el aumento de la presión laboral de parte de los empresarios como mecanismo o el medio para fomentar la productividad y el beneficio de todos.

La asociatividad en función de la empatía no hace referencia al beneficio de los capitalistas tradicional. Con la asociatividad se propone que en los territorios donde funcionan, estas impactan a través de una mayor producción, crean mayores puestos de trabajo y, por ende, se incentiven mayores niveles de consumo para así mejorar el bienestar socioeconómico de los territorios. Lo anterior, permite identificar la circularidad económica de la empatía, a través de la función social de la empresa, sin perder sus objetivos organizacionales, promoviendo una común unión en función del bien común (Carrelo, 2016; Gutiérrez González, 2021) sin que deje de existir el mercado. Pero ¿cómo se aumenta el tamaño del mercado? No por la competencia como tradicionalmente se aborda; se logra incentivando la productividad, y esta a través de mejores condiciones laborales en términos hedonistas (por ejemplo, disminución de tiempos y aumento de salarios) que conducen a una mayor demanda de bienes y servicios, logrando el crecimiento del mercado. Por tanto, a mayores condiciones de empatía mayor capacidad de asociatividad y, por ende, de competitividad empresarial, manteniendo en el centro al trabajador y no al margen como factor productivo.

Para realizar un análisis crítico-filosófico sobre los fundamentos de la asociatividad empresarial como un proceso de empatía se parte del enfoque de la deconstrucción. El pilar de la deconstrucción propuesto en esta sección se plantea desde la teoría objetiva del valor de Carlos Marx y Federico Engels (1974). La crítica de Marx y Engels sobre la ideología alemana, en especial sobre el sistema filosófico hegeliano, parte de considerar este como un férreo defensor del desarrollo histórico soportado en la religión y en la carencia de elementos materiales para la análisis y comprensión de los diferentes modos de producción, sumado esto al carácter de filosofía especulativa. Para Marx y Engels (1974) la crítica hacia Hegel “consistía en englobar las ideas

metafísicas, políticas, jurídicas, morales y de otro tipo supuestamente imperantes, bajo la esfera de las religiosas o teológicas” (p. 17), presentando al hombre como un ser religioso, olvidando el mundo real existente.

Marx y Engels (1974) parten de ideas reales y no dogmáticas: “son los individuos reales, su acción y sus condiciones materiales de vida tanto aquellas con que se han encontrado como las engendradas por su propia acción” (p. 19). Para estos filósofos, dichas premisas pueden comprobarse empíricamente. Con las premisas desean preguntarse si ¿son las ideas las que mueven a la historia? o ¿son cuestiones materiales las que lo hacen? Los hegelianos se remetían a tratar el análisis histórico solo nacional, mientras que Marx y Engels consideraban que el sujeto de la historia es el espíritu universal que se encarna en un pueblo, en una nación. De esta manera, se propone desde Marx y Engels (1974) que “la primera premisa de toda historia humana es, naturalmente, la existencia de individuos humanos vivientes” (p. 19); que la organización corpórea y el comportamiento de estos va directo hacia el resto de la naturaleza y es cuando el hombre comienza a producir sus medios de vida lo que le lleva a diferenciarse de los animales.

Producir estos medios de vida va a determinar los modos de producción y por ende de las relaciones productivas; por tanto, los individuos son por las condiciones materiales de su producción. La producción va apareciendo a medida que aumenta la población y esto requiere de intercambio, como también se amplía la división del trabajo; por eso, las fuerzas productivas de una nación crecen con el desarrollo de esta división, y como se mencionó anteriormente, esta división lleva a los diferentes modos de producción históricos.

La teoría marxista se construyó a partir de tres pilares: la economía clásica inglesa, el socialismo y materialismo francés y la dialéctica hegeliana. Del primero, se retoma la teoría de la distribución de la renta entre las diferentes clases sociales para encontrar las leyes que lo regulan, y este va a ser planteado como el problema central de la economía política. La principal debilidad que hasta el momento tenía la teoría de la distribución de la renta era que no tenía una unidad de medida del ingreso real, por tanto, no se podía medir así su valor. La solución de Marx es plantear que la unidad de medida sería el trabajo “como la única medida invariable de todo ingreso y de todo precio real, es decir, mide todos los valores reales en unidades de trabajo humano” (Cuevas, 1993, p. 445).



Pero ¿cómo es la relación entre empresario y empleado en Marx? ¿Cómo se determina el salario? Para Marx (1980):

El salario se determina por la lucha antagónica entre capitalista y obrero. Triunfa necesariamente el capitalista. El capitalista puede sostenerse más tiempo sin el obrero que éste sin aquél. Las agrupaciones de capitalistas son habituales y efectivas; las coaliciones de obreros se hallan prohibidas y acarrearán perjuicios para ellos. Además, el terrateniente y el capitalista pueden añadir a sus rentas las ganancias industriales, mientras que el obrero no puede añadir ni rentas del suelo ni intereses del capital a lo que gana con su trabajo en la industria. (p. 51)

Es así como se encuentra que la relación contractual es dominante de parte del empresario, pues el posee los medios para crear las condiciones de establecimiento del salario, entendido este como el mínimo para poder sostenerse él y su familia. De esta manera, el poder de negociación del salario está determinado por las condiciones de la demanda y oferta de trabajadores, “la demanda de hombres es la que necesariamente regula la producción de hombres, como ocurre con cualquiera otra mercancía” (Marx, 1980, p. 52). Marx advierte que los salarios se ven más afectados por el mercado que la renta de la tierra, “el obrero no tiene necesariamente que ganar con la ganancia del capitalista”, de esta forma Marx dice que “el obrero sufre en su existencia y el capitalismo en la ganancia” (Marx, 1980, p. 53), y esto hace que el obrero luche no solo por la subsistencia, sino por conseguir un trabajo.

Es importante recordar, en términos de Marx, que el capital es trabajo acumulado, que la riqueza está determinada por el trabajo y que la acumulación de capital aumenta la división del trabajo y la división de este el número de obreros. Esta división del trabajo y acumulación de capital hace que el obrero sea dependiente del trabajo, de un “trabajo muy determinado, unilateral y maquinal” (Marx, 1980, p. 54). Lo advierte Marx, que en una sociedad próspera los ricos pueden vivir del interés del dinero, otros emprenden, y es la competencia entre capitales la que lleva a arruinar a los pequeños capitales, por esto toma fuerza la asociatividad como motor de unión de capitales, de trabajo acumulado.

Dice Marx (1980) que la:

Acumulación de capitales aumenta la cantidad de industria, es decir, de obreros (...) trae consigo una mayor cantidad de obra hecha que se convierte en superproducción y termina, o bien por dejar sin trabajo a una gran parte de los trabajadores. (p. 56)

O también se puede reducir su salario. Esto alcanza un mínimo cuando un país ha alcanzado, lo que denomina Marx: el último grado posible de su riqueza.

Para Marx (1980), al existir un alza de salarios esta se encuentra “más compensada para el capitalista por la disminución en la cantidad del tiempo de trabajo, y que el alza de los salarios y en la tasa de interés del capital” (p. 56); se comportan como la tasa de interés simple y compuesto sobre la mercancía. De esta forma, se puede analizar que la búsqueda de beneficios del productor no debe ser solamente un pregón de ganancias inmediatas y percederas, estas deben tratar de no llevar al trabajador a los límites de los cuales Marx (1980) pretendía advertir al decir que “la división del trabajo eleva la fuerza productiva del trabajo, la riqueza y refinamiento de la sociedad, empobrece al obrero hasta reducirlo a máquina” (p. 57). Por eso se puede decir, en términos marxistas, que el trabajo genera acumulación de riqueza y bienestar a la sociedad, pero hace al trabajador más dependiente del capitalista, por esta razón dice Marx (1980) que “el interés de la sociedad está siempre y necesariamente en oposición al interés del obrero” (p. 58).

Por eso, desde los fundamentos de Adam Smith en donde la asociatividad empresarial no solo se pretende crear condiciones de competitividad para los capitalistas, sino también crear las oportunidades para que los trabajadores puedan ganar en este proceso, al mejorar sus condiciones laborales y por ende de ingresos, y así jalonar la demanda de un territorio, no es una realidad. Para Marx, la asociatividad implicaría los intereses del capital bajo el detrimento de sus condiciones, más aún bajo la posibilidad de recortes como respuesta a los procesos de eficiencia o maximización de la productividad.

Sin embargo, este proceso de asociatividad empresarial tiene otra aparente realidad en las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes), a partir del cual los pequeños inversionistas no perezcan en su intento de sostenerse o ingresar a un mercado a través de una entrada “en bloque” para poder comprar “mercancías” y tener poder de negociación político y económico. Esta realidad parte de la capacidad y configuración en la empresa que establece que los inversionistas participen también como trabajadores, dada la baja capacidad económica; un auto sometimiento en el sistema productivo que se acerca a la condición que tienen los empleados: la necesidad de trabajar, pero

sin perder la condición de pequeño inversionista que lo llevará (si tiene éxito) a una posición de capitalista.

Sobre la realidad del mercado laboral de competencia entre los trabajadores por los escasos puestos de trabajo, es condición para que la empresa, y más en las asociaciones, se desarrollen estrategias de identidad laboral que empujen al trabajador el mayor esfuerzo por alcanzar una mayor productividad en el sistema (Marx, 1980). Así, se pretende crear una identidad de los trabajadores a estas asociaciones al construir una cultura de dependencia, a partir del cual ellos puedan apropiarse de los objetivos de las empresas, pero de una forma en la que se pueda comprender todos los actores involucrados en este proceso asociativo.

La Real Academia Española (RAE, 2014) considera que la identidad es el “conjunto de rasgos propios de un individuo o de una colectividad que los caracterizan frente a los demás”. El tema de la identidad se constituyó en uno de los aspectos unificadores en ciencias sociales durante la década de los noventa del siglo pasado, y aún continúa como importante foco de interés (Jenkins, 2004, como se cita en Vera Noriega & Valenzuela Medina, 2012). Para Jenkins (2004, como se cita en Vera Noriega & Valenzuela Medina, 2012), “la identidad es nuestra comprensión de quiénes somos y quiénes son los demás, y recíprocamente, la comprensión que los otros tienen de sí y de los demás, incluidos nosotros” (p. 273).

Entonces, puede comprenderse la identidad como una forma de visión del mundo construida desde una realidad grupal, como una materialidad social que produce y es producto de prácticas, de relaciones entre experiencias individuales que llegan a ser experiencias colectivas que manifiestan una realidad social y cultural. A partir de lo anterior, se plantea que la identidad laboral es el reflejo que proyecta una persona de sí misma y del lugar que ocupa dentro de un grupo de trabajo y una empresa. Por esta razón, es prioritario empoderar a los trabajadores de las asociaciones, de manera que la suma de su trabajo no sea solo una construcción de capital empresarial, sino de un capital social a partir de una identidad social del trabajo.

La asociatividad parte de la empatía que se da entre los capitalistas (entre iguales), los cuales buscan un objetivo común, el lucro y/o beneficio, y ven en la asociatividad un medio para llegar a este, y que tradicionalmente asume de manera implícita el no mejorar la posición de los trabajadores (mejores salarios y condiciones laborales).

A partir de considerar que la asociatividad favorece la reducción de costos y, por tanto, estabilizar o bajar salarios o cerrar puestos de trabajo, es lo que devela el interés y posición del empresario. De esta manera, la empatía empresarial es un asunto social de capitalistas que aumenta la capacidad de inversión y, por ende, según lo plantea Vergara Estévez (2005), para Hayek una mayor demanda de puestos de trabajo y de una mejora de bienestar social en el largo plazo, creada a partir de una mayor demanda de bienes, mejorando el tamaño del mercado. Sin embargo, la teoría principal de la economía, la neoclásica, que espera este efecto, lo ve o espera que suceda a largo plazo, no obstante, como dice Keynes, a largo plazo todos estaremos muertos, las necesidades de la sociedad y del trabajador son de corto plazo, son inmediatas, lo que ha llevado al capitalismo a explorar cómo alcanzar el bien común.

### **La economía del bien común, organizaciones, asociaciones**

Desde la economía se ha planteado un nuevo “paradigma”, el de la Economía del Bien Común (EBC), como “una propuesta de nuevo modelo económico, social y político basado en valores esenciales como la solidaridad, la dignidad humana, la justicia social, la sostenibilidad ecológica y la democracia y transparencia” (Carrelo, 2016, p. 63). Una primera aproximación desde lo político es mencionar que la finalidad de toda ley humana busca el bien común; y de desde lo económico, se espera con el bien común el bienestar colectivo. La EBC no pretende ser un movimiento o suma teórica anticapitalista ni estar en contra de los mercados, sino, al contrario, ser un paradigma reformista-postcapitalista. La EBC es la evolución de la tradicional RSE (Responsabilidad Social Empresarial), y “se trata de un modelo holístico basado en aquellos valores que transforman nuestra actual economía y gestión empresarial, en una más humana, social y consciente” (Carrelo, 2016, p. 63).

Históricamente se puede interpretar el origen del bien común desde dos posturas filosóficas contrarias, como lo son una tradición organicista dada desde Aristóteles<sup>2</sup>, para quien la verdadera felicidad es hacer el bien a todos; y para Santo Tomás, quien considera que “el fin de la ley no

---

<sup>2</sup> El artículo de Gutiérrez González (2021) ofrece una ampliación del concepto de bien común, en Aristóteles desde sus cuatro causas.

siempre es el bien común, la ley se ordena al bien particular, (...) el hombre individual es parte de la comunidad perfecta” (Tomás de Aquino, 1993, p. 705), con el que buscan el bienestar colectivo. Por otro lado, se presenta la postura individualista o moderna desde los contractualistas y los utilitaristas, quienes siguiendo a Adam Smith consideran que a partir de la individualidad cada individuo aporta mayor valor a los demás.

Una de las cuestiones que debe tenerse en cuenta es que el bien común no es la simple sumatoria social de bienes individuales, estén o no justamente distribuidos. Lo que implica el bien común es que exista bien para todos, que no haya perjuicio para alguno; por tanto, ahí se presenta una diferencia cuantitativa respecto al bien particular. Por otro lado, desde lo cualitativo, lo diferencia Santo Tomás (como se cita en Vigo, 2011), en su *Summa Teológica*, al decir que:

El bien común de la ciudad y el bien singular de una persona no difieren solamente según lo mucho o lo poco, sino según diferencia formal; pues una es la razón del bien común y otra la del bien singular, lo mismo que se distinguen el todo y la parte. (p. 163)

De esta manera, se puede decir que el bien común no excluye el bien particular, promoviendo que cada individuo tenga su propio bien; si un bien común elimina o suprime el bien particular, este sería un mal común como es el caso de un régimen totalitario. Otro elemento que ha de tenerse en cuenta es que bien común prima sobre el particular, estos están subordinados. La EBC busca promover los “valores que hacen florecer las relaciones humanas: honestidad, empatía, confianza, cooperación, solidaridad” (Carrelo, 2016, p.64). Carrelo (2016) llama la atención al decir que “la EBC no ha inventado nada nuevo, pues la mayoría de las constituciones de los países democráticos presentan estos valores como la única manera de alcanzar el bienestar de todos los ciudadanos a los que amparan” (p. 65), y advierte que los Estados no los están cumpliendo en sus constituciones, donde la economía debe ponerse al servicio de la sociedad, para de esta forma crear riqueza y distribuirla de forma racional. Esta riqueza debe ser creada por las empresas, “las organizaciones tienen que orientarse hacia los principios y valores que demuestren su contribución al bien común” (Carrelo, 2016, p. 65).

Con la promoción de estos valores, se espera que “las empresas ya no tendrán como prioridad la confrontación con otras empresas para sobrevivir; su prioridad será la cooperación” (Carrelo, 2016, p. 70). Así, el aporte de cada empresa conlleva a un mayor bienestar general a partir de procesos empáticos que fortalezcan la asociatividad, logrando “invertir de manera ética a

los mercados libres” (Carrelo, 2016, p. 70). Por ejemplo, los beneficios de la empresa se pueden reinvertir y ayudar al bien común, cuestión que los estados financieros tradicionales no miden, pero los balances sociales sí, repartiendo las ganancias incluso entre los empleados o mejorando sus condiciones de laborales alrededor de un modelo ganar-ganar. Por eso, es importante recordar que “una de las propuestas de la Economía del Bien Común presupone una reinversión de las ganancias en la empresa o en otro proyecto siempre y cuando cumpla con los intereses del bien común” (Carrelo, 2016, p. 73). Esta reinversión como parte de los objetivos de las asociaciones empresariales permite crear una ventaja competitiva a la organización, basada en una responsabilidad social y del bien común, superando incluso los objetivos clásicos de las empresas de maximizar el valor y la riqueza. Este proceso sucede sin olvidar que las empresas están compitiendo en el mercado y a su vez generando altos ingresos, porque “el término competir en su origen no significa rivalizar unos contra otros, sino buscar juntos (...) La EBC no pretende eliminar la competencia, sino fomentar que en lugar de incentivar la competencia se incentive la colaboración” (Carrelo, 2016, p. 74), en total acuerdo a lo planteado por Adam Smith.

El no seguir en un modelo de competencia se llega a uno “contrapetitivo” que desgasta todo sistema de incentivos a una economía capitalista. Lo que se pretende con el modelo asociativo es “pasar de un sistema de ganar-perder a un sistema de ganar-ganar, un sistema más cooperativo donde las empresas puedan aspirar a un tamaño óptimo, sin verse obligadas a seguir creciendo” (Carrelo, 2016, p.74), creando valor en todos los niveles y sectores de la economía.

### **Conclusiones**

Este trabajo es un análisis e interpretación filosófica y económica, que pretende comprender cómo la asociatividad es un proceso de empatía entre empresarios que no tiene necesariamente por objeto mejorar las condiciones laborales de los trabajadores.

En primera instancia, en el documento se desarrolló la idea de mostrar cómo la asociatividad empresarial es una construcción conjunta en búsqueda de un bien común, desde la teoría aristotélica de la felicidad, la epicúrea del placer y de Smith sobre la empatía. Desde la teoría hilemórfica, Aristóteles plantea la no separación del alma y el cuerpo, ya que estos se ven como una unidad, es así como al ser lo constituye lo formal y lo material. A partir de lo formal, se espera

que los seres humanos alcancen la felicidad (*eudaimonía*) a través del hábito o de la costumbre, de la sabiduría como virtud dentro del justo medio. Por otro lado, Epicuro, pensaba que el placer como ausencia de dolor era el principio para una teoría moral, así plantea un enfoque hedonista y ético en la formación del ser humano. Para los epicúreos el placer se calma con un deseo, bien pueden ser: naturales y necesarios, naturales y no necesarios, y no naturales y no necesarios. De estos últimos, y desde el contexto empresarial, se plantea su uso para llegar hedonísticamente al poder y la riqueza.

El hedonismo considera que el placer es el determinante moral de una acción, que orienta al hedonismo a una posición ética o normativa. Desde lo empresarial, el hedonismo adquiere un carácter utilitarista centrado en el comportamiento “egoísta e individual” que pretende llegar al bienestar social, idea propuesta inicialmente en la Edad Media, pero justificada posteriormente por Adam Smith en su TSM. Algunas ideas de los hedónicos y de los estoicos aportan a la formación del pensamiento de Adam Smith para explicar el funcionamiento general de la economía, como también para formular su filosofía moral, la cuál con un componente teológico se pregunta: ¿por qué los actores económicos actúan como lo hacen dentro un libre intercambio?

Adam Smith publica la TSM en 1759 donde presenta la mano invisible como referencia de la acción de Dios, influenciado por su maestro Hutcheson en Glasgow. En esta obra se encuentran principios estoicos en la concepción smitheana, la cual interpreta que la naturaleza ha provisto al hombre con un instinto de preservación y cuidado de sí mismo, y que la sociedad mejora cuando los individuos persiguen su propio interés. Esto ha llevado a numerosas interpretaciones sobre la mano invisible desde sus raíces estoicas. Smith parte de lo individual y la autopreservación para llegar a la felicidad, pero los estoicos parten del todo. A partir del análisis individual de Smith se logra llegar al todo a partir de la comprensión del bien común.

La deconstrucción que se plantea en este documento muestra que Adam Smith, desde su concepto de simpatía y su trasfondo hedonista en la TSM y la RN, en ningún momento habló o quiso expresar que el factor trabajo debería ser explotado al máximo sin importar su bienestar o felicidad (placer); por el contrario, considera que unas buenas condiciones laborales conllevan a un aumento de la productividad, y que esta a su vez genera mayores niveles de producción y un mayor crecimiento del mercado; de esta forma se logran mayores beneficios que deben ser retribuidos en los empleados a través de mejores condiciones laborales como mejores salarios o

condiciones. Lo anterior, permite una mayor demanda de esos bienes y servicios, y por ende un adecuado desarrollo del territorio, siendo este resultado una buena aproximación a lo que es el bien común. El papel de los empresarios también es importante, ya que a partir de la solidaridad y la asociatividad se espera mejorar los niveles de competitividad, así se llega a la asociatividad empresarial como búsqueda de placer organizacional.

Un segundo elemento, en preguntarse ¿Cómo la asociatividad empresarial representa una configuración capitalista que muestra el detrimento de los trabajadores? A partir de esta apuesta de los empresarios empáticos, ¿mejoran sus beneficios? Para dar una respuesta aproximada a las dos preguntas, se procedió a deconstruir la posición tradicional del empresario al entender que la empatía empresarial es un asunto social de capitalistas, es decir, un cúmulo de personas que aumentan la capacidad de inversión empresarial y que por ende favorecen una mayor demanda de puestos de trabajo, más demanda de bienes y servicios; por tanto, mejoras en el bienestar social. Adam Smith explica como con la aparición del capitalismo los trabajadores pierden autonomía en la producción, y el excedente de su trabajo no les va a corresponder; el trabajo se convierte en un insumo más, por tanto, un costo reflejado a través del salario.

La empresa, desde la teoría principal de la economía, se ve como una caja negra donde el trabajo y el capital son los factores productivos que la determinan. El trabajo es una acumulación de horas hombre o de personas, que a medida que se les “presione” incrementarán su productividad individual, creando así una mayor productividad empresarial. Por otro lado, desde el marxismo se entiende que el capital es trabajo acumulado, donde la riqueza está determinada por el primero, y que la acumulación de capital aumenta la división del trabajo. Lo que logra Marx a diferencia de la economía Neoclásica, y siguiendo a Adam Smith, es que el trabajador debe asumirse como un componente importante que debe ser analizado como un referente de la productividad.

La simpatía surge como el grado de entendimiento que uno tiene para con el otro, y se ve reflejada en el intercambio en el mercado entre todos los actores que en el intervienen. La asociatividad desde una visión clásica administrativa asume al trabajo como un costo variable que debe reducirse, acompañada de un incrementando la productividad. Lo que se plantea en el presente trabajo es ver a la asociatividad como un mecanismo más de incentivo para el trabajo y sus condiciones laborales tanto en el corto como en el largo plazo. La teoría principal de la economía, la neoclásica, lo ve o espera que suceda a largo plazo.



## Referencias

- Alarcón-Pérez, O. A., González-Becerra, H. E., Santos-Parada, R. S., & Molano-Herrera, J. C. (2019). Análisis aplicado para la identificación de un clúster industrial en el Departamento de Boyacá. Caso Acerías Paz Del Rio (Colombia). *Revista Espacios*, 40(32), 21-36. <http://www.revistaespacios.com/a19v40n32/a19v40n32p21.pdf>
- Aragón-Falomir, J., & Cárdenas, J (2020). Análisis de redes empresariales y puertas giratorias en México: Cartografía de una clase dominante público-privada. *Temas y debates*, 24(39), 81-103. <https://doi.org/10.35305/tyd.v0i39.458>
- Aranda Barradas, J. S., & Salgado Manjarrez, E. (2005, septiembre-octubre). La formación de valores en el ser humano. *Innovación Educativa*. 5(28), 33-43. <https://www.redalyc.org/pdf/1794/179421470004.pdf>
- Aristóteles. (2010). *Ética a Nicómaco*. Editorial Gredos.
- Becattini, G. (2002). Del distrito industrial marshalliano a la «teoría del distrito» contemporánea. Una breve reconstrucción crítica. *Investigaciones Regionales, Journal of Regional Research*, (1), 9-32. <https://www.redalyc.org/pdf/289/28900101.pdf>
- Belso-Martínez, J. A., & López-Sánchez, M. J. (2012). Metaorganizadores, redes externas y conocimiento en los sectores manufactureros españoles: el papel de las instituciones locales en el distrito industrial del Vinalopó. *Economía, Sociedad y Territorio*, 12(38), 1-42. <http://www.scielo.org.mx/pdf/est/v12n38/v12n38a2.pdf>
- Boix-Domènech, R., & Galletto, V. (2014). Distritos industriales, innovación tecnológica y efecto I-distrito: ¿Una cuestión de volumen o de valor? *Investigaciones Regionales*, 30, 27-51. <https://old.aecr.org/images//ImatgesArticles/2014/12/02Galletto.pdf>
- Calvo de Saavedra, A. (1994). Simpatía y espectáculo en la moral de David Hume. *Universitas Philosophica*, 11(22), 11-28. <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/vniphilosophica/article/view/11626>
- Camps, V. (2011). *El gobierno de las emociones*. Herder.
- Carrasco, M. A. (2020, julio-diciembre). David Hume versus Adam Smith: Sobre la fuente de la normatividad en el sentimentalismo moral. *Tópicos, Revista de Filosofía*, (59), 341–366. <https://doi.org/10.21555/top.v0i59.1114>

- Carrasco Meza, C. (2018). Bienestar prudencial en la ética de Epicuro. *Ideas y Valores*, 67(167), 57-80. <http://www.scielo.org.co/pdf/idval/v67n167/0120-0062-idval-67-167-57.pdf>
- Carrelo, R. (2016). Economía del bien común, una propuesta integral y holística para la empresa. *Cuadernos de RSO*, 4(2), 63-80. <https://ucu.edu.uy/sites/default/files/facultad/fce/rso/renee-carrelo.pdf>
- Collao Fajardo, L. L. (2021, julio-septiembre). El egoísmo en la obra de Adam Smith. *El Catoblepas*, (196). <https://www.nodulo.org/ec/2021/n196p12.htm>
- Congreso de la República de Colombia. (1998, agosto 4). *Ley 454*, por la cual se determina el marco conceptual que regula la economía solidaria, se transforma el Departamento Administrativo Nacional de Cooperativas en el Departamento Nacional de la Economía Solidaria, se crea la Superintendencia de la Economía Solidaria, se crea el Fondo de Garantías para las Cooperativas Financieras y de Ahorro y Crédito, se dictan normas sobre la actividad financiera de las entidades de naturaleza cooperativa y se expiden otras disposiciones.
- Cuevas, H. (1993). *Introducción a la economía* (5 ed.). Universidad Externado de Colombia.
- Da Silva, D. (2023). El vínculo entre felicidad y virtudes morales en la ética de Tomás de Aquino. *Revista de Filosofía UCSC*, 22(1), 93-115. <https://doi.org/10.21703/2735-6353.2023.22.01.05>
- De Arteche, M., Santucci, M., & Welsh, S. V. (2013). Redes y clusters para la innovación y la transferencia del conocimiento. Impacto en el crecimiento regional en Argentina. *Estudios Gerenciales*, 29(127), 127-138. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=21229175002>
- Del Hierro Carillo, P. (2019, enero-junio). La invisible "Mano Invisible" de Adam Smith. *Revista de Economía Institucional*, 21(40), 143-161. <https://doi.org/10.18601/01245996.v21n40.05>
- De Oliveira Boff, E. (2018). What's the problem, Mr. Smith? Shedding more light (than Heat) on Adam Smith's view of man [¿Cuál es el problema, señor Smith? Arrojando más luz (que Heat) sobre la visión que Adam Smith tenía del hombre]. *Economia e Sociedade*, 27(1), 1-28. <https://www.scielo.br/j/ecos/a/J6hsbwLW5Zh65P4vXB3QDBH/?lang=en&format=pdf>

- Dickey, L. (1986). Historicizing the “Adam Smith problem”: conceptual, historiographical, and textual issues [Historizando el “problema de Adam Smith”: cuestiones conceptuales, historiográficas y textuales]. *The Journal of Modern History*, 58(3), 579-609. <http://www.jstor.org/stable/1880228>
- Douglass, R. (2017). Morality and Sociability in Commercial Society: Smith, Rousseau—and Mandeville [Moralidad y sociabilidad en la sociedad comercial: Smith, Rousseau y Mandeville]. *The Review of Politics*, 79(4), 597-620. <https://www.jstor.org/stable/26564778>
- Durán, L. E., (2021, enero-junio). El enfoque interpretativo: Una nueva manera de ver la contabilidad. *Actualidad Contable Faces*, 24(42), 95-112. <https://www.redalyc.org/journal/257/25767348004/25767348004.pdf>
- Epicuro. (2002). *Carta a Meneceo*. Alianza Editorial.
- Fernández, G., & Narváez, M. (2011, julio-diciembre). Asociatividad empresarial: estrategia para la competitividad en las pymes del sector turístico. *Visión Gerencial*, (2), 295-308. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=465545891005>
- Garcés Giraldo, L. F (2015). La virtud aristotélica como camino de excelencia humana y las acciones para alcanzarla. *Discusiones Filosóficas*, 16(27), 127-146. <http://www.scielo.org.co/pdf/difil/v16n27/v16n27a08.pdf>
- Garcés Giraldo, L. F., & Giraldo Zuluaga, C. (2014a). Virtudes éticas en Aristóteles: razón de los deseos y sus acciones para lograrlas. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, (41), 70-78. <http://revistavirtual.ucn.edu.co/index.php/RevistaUCN/article/view/466/988>
- Garcés Giraldo, L. F., & Giraldo Zuluaga, C. (2014b). Virtudes intelectuales en Aristóteles para el perfeccionamiento de los actos verdaderos. *Discusiones Filosóficas*, 15(24), 221-241. [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0124-61272014000100012&lng=en&tlng=es](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0124-61272014000100012&lng=en&tlng=es)
- Garrocho Salcedo, D. S. (2016). El hilemorfismo en evolución. Una aproximación moral a la relación entre el cuerpo y el alma en Aristóteles. *Universitas Philosophica*, 33(67), 165-181. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.uph33-67.heca>

- Gelvez, C. R., & Rojas Claros, A. (2019, julio-diciembre). Los conceptos de simpatía y humanitarismo en la filosofía moral de David Hume. *Cuestiones de Filosofía*, 5(25), 115-135. <https://doi.org/10.19053/01235095.v5.n25.2019.9238>
- Graafland, J., & Wells, T. R (2021). In Adam Smith's Own Words: The Role of Virtues in the Relationship Between Free Market Economies and Societal Flourishing, A Semantic Network Data-Mining Approach [En palabras de Adam Smith: El papel de las virtudes en la relación entre las economías de libre mercado y el florecimiento social, un enfoque de minería de datos de redes semánticas]. *Journal Business Ethics*, 172, 31-42. <https://doi.org/10.1007/s10551-020-04521-5>
- Grueso-Hinestroza, M. P., Gómez, J. H., & Garay-Quintero, L (2009). *Procesos de asociatividad empresarial: aproximaciones conceptuales e impacto económico, social y organizacional* [Documento de investigación]. Universidad del Rosario. [https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/3783/BI\\_44\\_5\\_2\\_10.pdf](https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/3783/BI_44_5_2_10.pdf)
- Gutiérrez González, M. A. (2021). El bien común desde las causas aristotélicas. *Metafísica Y Persona*, (25), 117-145. <https://doi.org/10.24310/Metyper.2021.vi25.11674>
- Jenkins, R. (2004). *Social identity* [Identidad social]. Routledge.
- Juncosa Blasco, J. E., & Garcés Velásquez, L. F. (2020). La teoría desde el Positivismo Lógico, el Pensamiento Crítico y el Pensamiento Complejo. En J. E. Juncosa Blasco & L. F. Garcés Velásquez *¿Qué es la teoría? Enfoques, usos y debates en torno al pensamiento teórico* (pp. 26-116). Editorial Abya-Yala. <http://doi.org/10.7476/9789978105788.0002>
- Levy, D. M., & Peart, S. J. (2020). George Stigler as a Reader of Adam Smith [George Stigler como lector de Adam Smith]. En C. Freedman (Ed.), *George Stigler: Enigmatic Price Theorist of the Twentieth Century* (pp. 321-349). Palgrave Macmillan.
- Locke, J. (2005). *Ensayo sobre el entendimiento humano*. Fondo de Cultura Económica.
- Lomonaco, J. (2002). Adam Smith's "Letter to the Authors of the Edinburgh Review" ["Carta a los autores de la Edinburgh Review" de Adam Smith]. *Journal of the History of Ideas*, 63(4), 659-676. <https://doi.org/10.2307/3654165>
- Longás García, J. C. (1997). Formas organizativas y espacio: los distritos industriales, un caso particular en el desarrollo regional. *Estudios regionales*, (48), 168-188. <http://www.revistaestudiosregionales.com/documentos/articulos/pdf528.pdf>

- López Salort, D. O. (2021). Epicuro: los caminos para la felicidad. *Enfoques*, 33(1), 87-105. [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1669-27212021000100087&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1669-27212021000100087&lng=es&tlng=es)
- Luis Busson, J. H. (2012). La asociatividad como estrategia de desarrollo. *Tiempo de Gestión*, 14, 9-27. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4326716.pdf>
- Marx, C., & Engels, F. (1974). *La ideología alemana* (5 ed.). Ediciones Pueblos Unidos.
- Marx, K. (1980). *Manuscritos: economía y filosofía* (9 ed.). Alianza editorial.
- McCormick, D., (2005). El futuro de los clusters y las cadenas productivas. *Semestre Económico*, 8(15), 87-102. <https://www.redalyc.org/pdf/1650/165013659005.pdf>
- Medeiros, V., Gonçalves Godoi, L., & Camargos Teixeira, E. (2019). La competitividad y sus factores determinantes: un análisis sistémico para países en desarrollo. *Revista CEPAL*, (129), 7-27. <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/820532b5-0b65-4f87-9990-fe54b4a6e507/content>
- Mendoza-Galvis, W. (2019). Red empresarial, estrategia para mejorar la competitividad de las Pymes en Chapinero de la ciudad de Bogotá. *In Vestigium Ire*, 12(2), 34-52. <http://revistas.ustatunja.edu.co/index.php/ivestigium/article/view/1719/1565>
- Miranda Beltrán, S., & Ortiz Bernal, J. A. (2020, julio-diciembre). Los paradigmas de la investigación: un acercamiento teórico para reflexionar desde el campo de la investigación educativa. *Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 11(21). <https://doi.org/10.23913/ride.v11i21.717>
- Monroy Merchán, M. L. (2016). *El concepto clúster ¿expectativas creadas o realidades posibles?: el caso Medellín-Colombia*. CLACSO. <https://biblioteca-repositorio.clacso.edu.ar/bitstream/CLACSO/14669/2/MONROY-MERCHAN.pdf>
- Morales-Zuluaga, E., Cardona-Acevedo, M., & Soto-Vallejo, I. (2019). Relaciones empresariales en Manizales: Análisis de la confianza y centralidad (vínculos) desde la teoría de redes. *Revista Espacios*, 40(6). <https://revistaespacios.com/a19v40n06/a19v40n06p14.pdf>
- Orozco-Mangú, J., (2014). Verdad y felicidad epicúreas. *Contribuciones desde Coatepec*, (27), 17-43. <https://www.redalyc.org/pdf/281/28133880002.pdf>

- Otín Gavín, J (s.f.). *Grandes Pensadores de la Época Clásica, La filosofía helenística*.  
[https://uez.unizar.es/sites/uez/files/users/pjulian/ActividadesOnLine/6\\_la\\_filosofia\\_helenistica.pdf](https://uez.unizar.es/sites/uez/files/users/pjulian/ActividadesOnLine/6_la_filosofia_helenistica.pdf)
- Pena López, J. A., & Sánchez Santos, J. M. (2007). Los fundamentos morales de la economía: una relectura del problema de Adam Smith. *Revista de Economía Institucional*, 9(16), 63-87.  
<https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/ecoins/article/view/85/74>
- Peña, L. (1987). Cosmología aristotélica y ciencia moderna: consideraciones sobre un texto escolástico del siglo XVIII. *La Ciudad de Dios*, 200(1), 21-35.  
<http://digital.csic.es/bitstream/10261/9298/1/cosmolog.pdf>
- Pineda-Ospina, D. L., Rodríguez-Guevara, E. G., & García-Bonilla, D. A. (2020). Clústeres regionales como estrategia para superar desventajas competitivas. *Revista de Investigación, Desarrollo e Innovación*, 11(1), 49-62.  
<https://doi.org/10.19053/20278306.v11.n1.2020.11682>
- Real Academia Española. (2014). Identidad. En *Diccionario de la lengua española* (23.<sup>a</sup> ed.).  
<https://dle.rae.es/identidad>
- Rosenberg, N. (1993). George Stigler: Adam Smith's Best Friend [George Stigler: el mejor amigo de Adam Smith]. *Journal of Political Economy*, 101(5), 833-848.  
<http://www.jstor.org/stable/2138598>
- Sagar, P. (2018). Smith and Rousseau, after Hume and Mandeville [Smith y Rousseau, después de Hume y Mandeville]. *Political Theory*, 46(1), 29-58.  
<https://www.jstor.org/stable/26965844>
- Santiago-Ibáñez, D. P., Cruz-Cabrera, B. C., Acevedo-Martínez, J. A., Ruíz-Martínez, A., & Maldonado, J. R. (2015, enero-junio). Asociatividad para la competitividad en la agroindustria de Oaxaca, México. *Revista Mexicana de Agronegocios*, 36,1167-1177.  
<https://www.redalyc.org/pdf/141/14132408003.pdf>
- Smith, A. (1996). *La riqueza de las naciones*. Editorial Alianza.
- Smith, A. (1997). *Teoría de los sentimientos morales*. Editorial Alianza.
- Souza De Paula, J., & Monteiro da Silva, O. (2015). Factores internos como determinantes da competitividade no comercio internacional: un enfoque gravitacional. *Análise Econômica*,

- 33(64),191-214.  
<https://seer.ufrgs.br/index.php/AnaliseEconomica/article/view/39299/34909>
- Tafur Gómez, J. A. (2016). Hedonismo y Normatividad: Discusión entre Freud y Marcuse. *Disertaciones*, 2(5), 63-73. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5891590.pdf>
- Tomás de Aquino (1993). *Suma de Teología*. Biblioteca de autores cristianos.
- Vera Noriega, J. A., & Valenzuela Medina, J. E. (2012). El concepto de identidad como recurso para el estudio de transiciones. *Psicología & Sociedade*, 24(2), 272-282. <https://www.scielo.br/j/psoc/a/JBjj3SLFKR7MXYRSFC4m3Pv/?lang=es&format=pdf#:~:text=Desde%20el%20marco%20de%20la,de%20los%20dem%C3%A1s%2C%20incluidos%20nosotros>
- Vergara Estévez, J. (2005). La utopía neoliberal y sus críticos. *Utopía y Praxis Latinoamericana*, 10(31), 37-62. [http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1315-52162005000400003&lng=es&tlng=es](http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-52162005000400003&lng=es&tlng=es)
- Vila-Garrido, J (2019). Distritos industriales y renta económica: el efecto distrito-renta. *Papers de Europa*, 32(1), 67-88. <https://doi.org/10.5209/pade.64472>
- Vigo, R. L. (2011). La ley natural y la ciudad *Prudentia Iuris*, (72), 157-195. <https://repositorio.uca.edu.ar/bitstream/123456789/2836/1/ley-natural-ciudad-rodolfo-vigo.pdf>
- Walker Janzen, W. (2022). Una síntesis crítica mínima de las portaciones de los paradigmas interpretativo y sociocrítico a la investigación educacional. *Enfoques*, 34(2), 13-23. <https://www.redalyc.org/journal/259/25973280002/25973280002.pdf>
- Wisman, J. D. (2019). Adam Smith and Thorstein Veblen on the Pursuit of Status Through Consumption versus Work [Adam Smith y Thorstein Veblen sobre la búsqueda de estatus a través del consumo versus el trabajo]. *Cambridge Journal of Economics*, 43(1), 17-36. <https://academic.oup.com/cje/article-abstract/43/1/17/5001865?redirectedFrom=PDF>
- Yarza, I. (1996). Ética y dialéctica. Sócrates, Platón y Aristóteles. *Acta Philosophica*, 5(2), 293-316. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2467735>