

**La responsabilidad social empresarial en la empresas colombianas para consolidar
la imagen y la reputación corporativa**

Ovidio Segundo Ramos Ruiz

Director de proyecto

Jhoanna Rodriguez Martínez

Investigación monografía presentada como requisito parcial para el grado de
administración de empresas

Universidad Nacional Abierta Y A Distancia UNAD

Facultad Administrativas, Contables, Económicas Y De Negocios ECACEN

Soacha, 2024

Dedicatoria

El presente trabajo está dedicado a mi familia, especialmente a mis padres por haberme formado y guiado para convertirme en una mejor persona que soy en la actualidad, a mi esposa e hijas por su motivación, por sus palabras de confianza, por la paciencia, el sacrificio y apoyo constante que han brindado haciendo posible este logro, a todo el cuerpo de docentes y comunidad unadista que ha estado presente durante toda mi formación profesional.

Agradecimientos

Agradezco a Dios por permitirme tener y disfrutar a mi familia, doy gracias a mi familia especialmente a mi mama y papa por guiar cada paso que doy, gracias papa por enseñarme a enfrentar los desafíos con mano dura, gracias mama que aun que ya no estes con nosotros eres una gran inspiración para continuar cada día y que desde el cielo aun guías cada paso que doy, le doy gracias a mi esposa por apoyarme en cada decisión para superar cada obstáculo y alcanzar esta meta, doy gracias a la vida porque cada día me muestra lo hermosa que es, agradezco a los docentes de la (UNAD) que me han orientado y demás miembros de la comunidad unadista.

Resumen

La responsabilidad social corporativa se ha convertido en una importante herramienta que evoluciona constantemente como consecuencia de la globalización, por lo cual el objetivo fundamental de esta investigación monográfica será definir la importancia de la responsabilidad social empresarial en las empresas colombianas, como una herramienta para la construcción de la imagen y la reputación corporativa en el contexto actual de las empresas colombianas, la responsabilidad social corporativa se implementa como un eje fundamental estratégico en la gestión de las organizaciones alcanzando un impacto positivo en la sociedades, para lograr convertirse en un agente de cambio social y ambiental, para la elaboración del presente proyecto se implementará el método de investigación descriptiva, ya que se describirán las principales características de una situación o fenómeno, a partir de una revisión documental, creación de preguntas o análisis de datos de resultados. Esta monografía está orientada a identificar y evidenciar iniciativas de la responsabilidad social empresarial presentes en los entornos de las organizaciones en Colombia, que demuestran interés por el cuidado y preservación del medio ambiente y la parte social del entorno de las compañías en Colombia.

Palabras claves: Responsabilidad, social, organizaciones, comunicación, empresas.

Abstract

Corporate social responsibility has become an important tool that constantly evolves as a consequence of globalization, which is why the fundamental objective of this monographic research will be to define the importance of corporate social responsibility in Colombian companies, as a tool for the construction of corporate image and reputation in the current context of Colombian companies, corporate social responsibility is implemented as a fundamental strategic axis in the management of organizations, achieving a positive impact on societies, to become an agent of social and environmental change. For the development of this project, the descriptive research method will be implemented, since the main characteristics of a situation or phenomenon will be described, based on a documentary review, creation of questions or analysis of results data. This monograph is aimed at identifying and demonstrating corporate social responsibility initiatives present in the environments of organizations in Colombia, which demonstrate interest in the care and preservation of the environment and the social part of the environment of companies in Colombia.

Keywords: Responsibility, social, organizations, communication, companies.

Tabla de Contenido

Introducción	8
Planteamiento del Problema	9
Objetivos de la Investigación.....	11
Objetivo General.....	11
Objetivos Específicos.....	11
Concepto de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE).....	12
La Evolución de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en Colombia.....	13
Las Dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE)	16
Dimensión Económica de la Responsabilidad Socias Empresarial (RSE)	16
Dimensión Social de la Responsabilidad Socias Empresarial (RSE)	16
Dimensión Ambiental de la Responsabilidad Socias Empresarial (RSE)	17
Equilibrio Entre las Dimensiones de la Responsabilidad Socias Empresarial	17
Impacto de las Dimensiones de la Responsabilidad Socias Empresarial en la Gestión Comercial de las Compañías en Colombia	18
Dimensión Económica	18
Dimensión Social	18
Dimensión Ambiental	19
Dimensión Ética y de Gobernanza Corporativa.....	19
Casos de Éxito de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en Colombia.....	20
Bancolombia	20
Grupo Nutresa.....	21
Ecopetrol.....	22

Bavaria	23
Impactos Tangible e Intangible de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en las Empresas Colombianas	24
Impacto Tangible Mejora en la Rentabilidad y Competitividad	24
Impacto Tangible Atracción y Retención de Talento Humano	25
Impacto Tangible Mejora en el Acceso a Financiamiento	25
Impacto Intangible Reputación y Valor de Marca	26
Impacto Intangible Relaciones con la Comunidad y Grupos de Interés	26
Impacto Intangible Innovación y Adaptabilidad.....	27
Conclusiones	28
Recomendaciones	29
Bibliografía	30

Introducción

En este estudio vamos a analizar como la responsabilidad social empresarial (RSE) se ha implementado en las empresas Colombianas y como ha influido su impacto en la consolidación de la imagen y reputación corporativa, más allá de las exigencias legales que ha cobrado relevancia en Colombia, a través de un análisis teórico y o estudios de casos de las empresas que han adoptado estas prácticas, se pretende identificar de qué manera estas acciones han influido en la percepción pública y el fortalecimiento de la reputación de las compañías en un entorno empresarial local y global que exige cada vez mayor compromiso con la sostenibilidad, la ética y la responsabilidad social, y como las empresas han adoptado políticas de responsabilidad social empresarial (RSE) como parte de su estrategia corporativa para diferenciarse en el mercado, abordando los principales desafíos que enfrentan las empresas en Colombia para implementar las políticas de la responsabilidad social empresarial (RSE), como por ejemplo que a pesar de los avances las empresas colombianas según Morales, P. (2022), "muchas empresas, especialmente las pequeñas y medianas, aún no integran completamente la responsabilidad social empresarial (RSE) en su estrategia de negocio, lo que limita su capacidad para mejorar su reputación y competitividad", sin embargo, la creciente conciencia social y ambiental, impulsada por los consumidores y reguladores, ofrece nuevas oportunidades para las empresas que logren adoptar modelos más sostenibles y responsables (Vargas, 2023), la responsabilidad social empresarial (RSE) es un factor determinante para la consolidación de la imagen y la reputación corporativa en el contexto colombiano las empresas que integran estas estrategias logran fortalecer su marca, al diferenciarse en un mercado competitivo y asegurar su sostenibilidad a largo plazo y contribuir al desarrollo social y ambiental del país.

Planteamiento del Problema

Las empresas son parte fundamental para el proceso de desarrollo de las comunidades pues tienen un papel fundamental independientemente de sus actividades desarrolladas en su entorno económico, es por ello que la presente monografía parte desde el interés para implementar el desarrollo de la responsabilidad social empresarial en las compañías colombianas en los últimos años, como una estrategia para la consecución y conservación de la imagen y la reputación corporativa; la responsabilidad social empresarial (RSE) se ha consolidado como una estrategia integral que permite a las empresas no solo contribuir al desarrollo sostenible, también mejorar su imagen y reputación corporativa, las empresas colombianas no son ajenas a esta tendencia global, en los últimos años diversas compañías en el país han comenzado a incorporar prácticas de responsabilidad social empresarial (RSE) como parte de sus estrategias de negocios, sin embargo, existen problemáticas relacionadas con la forma en que estas empresas implementan y comunican sus acciones de responsabilidad social empresarial (RSE), lo cual afecta la percepción que los grupos de interés tienen de su imagen y reputación (Villalba & Gaitán, 2020).

Aunque muchas empresas colombianas han desarrollado políticas de responsabilidad social empresarial (RSE), no todas han logrado consolidar una estrategia efectiva de comunicación que permita visibilizar estos esfuerzos ante los grupos de interés, tales como clientes, empleados, proveedores y la comunidad en general, este desafío tiene un impacto directo en la reputación corporativa, porque los consumidores suelen percibir de manera favorable a aquellas empresas que no solo cumplen con sus responsabilidades legales, sino que también se comprometen con el bienestar social y ambiental (Martínez & Pérez, 2018), la falta de claridad para comunicar estas prácticas generar escepticismo y dudas sobre la veracidad de los

esfuerzos de la responsabilidad social empresarial (RSE); esta es de carácter global porque afecta todas las áreas de negocio de la empresa y toda la parte geográfica donde se ubica la empresa, la prestación de los servicios y por consecuencia la cadena de producción. “La adopción de criterios de responsabilidad social corporativa (RSC) en la gestión empresarial entraña la formalización de políticas y sistemas de gestión en los ámbitos económico, social y medioambiental; también la transparencia informativa respecto de los resultados alcanzados en tales ámbitos; y finalmente el escrutinio externo de los mismos, porque la responsabilidad social empresarial (RSE) va más allá de cumplir con obligaciones legales y regulatorias, enfocándose en ser un agente de cambio social y ambiental” (Carol Reyes Avila, 2010), las empresas colombianas enfrentan retos para integrar la responsabilidad social empresarial (RSE) en sus operaciones de manera coherente y sostenible, aunque muchas compañías han adoptado prácticas responsables, en algunos casos estas iniciativas no están alineadas con los valores corporativos y con las expectativas de los grupos de interés, esta incoherencia entre la teoría y la práctica puede poner en riesgo la credibilidad de la empresa, su imagen y reputación (González & Ramírez, 2019). Por ello es necesario que estas acciones se integren de forma transversal en la cultura corporativa de las empresas; por lo tanto, el problema radica en la necesidad de identificar cómo las empresas colombianas pueden implementar de manera eficaz las prácticas de la responsabilidad social empresarial (RSE), y diseñar estrategias de comunicación que refuercen su imagen y reputación corporativa.

Objetivos de la Investigación

Objetivo General

Analizar el impacto de la implementación de la responsabilidad social empresarial en la consolidación de la imagen y la reputación corporativa de las empresas colombianas, para identificar estrategias que mejoren su percepción pública y la competitividad en el mercado.

Objetivos Específicos

Identificar cómo las iniciativas estratégicas de la responsabilidad social empresarial pueden beneficiar la imagen y la reputación corporativa de las empresas colombianas.

Examinar como las iniciativas de la responsabilidad social empresarial pueden influir en la percepción de la reputación y la imagen de las empresas en Colombia frente a sus clientes, proveedores, empleados y la comunidad en general.

Definir la importancia que tienen las iniciativas de la responsabilidad social empresarial en las empresas colombianas para consolidar la imagen y reputación corporativa en el mercado.

Concepto de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

Este enfoque de gestión empresarial que integra preocupaciones sociales, ambientales y económicas en la operación diaria de las empresas, con el objetivo de contribuir al desarrollo sostenible y al bienestar de la sociedad. Según la definición de la Comisión Europea (2011), la (RSE) es "la responsabilidad de las empresas por sus impactos en la sociedad", lo que implica no solo cumplir con las normativas legales, sino también ir más allá, promoviendo un comportamiento ético y transparente en todos sus niveles. En este sentido, las empresas que adoptan la (RSE) buscan generar valor no solo para los accionistas, sino también para otros grupos de interés como los empleados, la comunidad y el medio ambiente (González & Martínez, 2020).

La Evolución de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en Colombia

El proceso evolutivo de la (RSE) en Colombia ha sido complejo y se ha consolidado desde finales del siglo XX hasta la actualidad, influenciado por el interés de las empresas multinacionales y las grandes corporaciones por mejorar su reputación y adoptar prácticas internacionales sostenibles, durante este período, el enfoque estaba mayormente volcado a la asistencia social, donde las empresas realizaban donaciones y llevaban a cabo proyectos sociales, sin un enfoque estratégico de sostenibilidad (Acosta & Gómez, 2015). Experimentado una notable evolución a lo largo de las últimas décadas dejando de ser un concepto relativamente desconocido para ganar relevancia convertirse en una estrategia integral que mejorar la competitividad empresarial de muchas empresas en el país, esta evolución ha estado impulsada por factores tanto internos como externos, internamente los desafíos sociales, económicos y ambientales del país, externamente impulsado por la globalización, las exigencias de los mercados internacionales, el creciente interés de los consumidores por las prácticas sostenibles y responsables con el planeta, influencia de las organizaciones internacionales como las Naciones Unidas y el Pacto Global, el cual promueve principios en derechos humanos, estándares laborales, medioambiente y anticorrupción (Zapata & Durán, 2007). Seguidamente la responsabilidad social empresarial (RSE) comenzó a experimentar un notable crecimiento en el contexto colombiano evolucionando hacia la integración estratégica dentro de las operaciones empresariales se consolidó de manera clara, el surgimiento de organizaciones como el Consejo empresarial colombiano para el desarrollo sostenible (CECODES) en 1993, y la cámara de comercio de Bogotá, con su programa de valor compartido, ayudaron a institucionalizar estas prácticas (Delgado, 2012), el conflicto armado colombiano determinan la evolución de la (RSE) en Colombia la compleja situación sociopolítica del país marcada por décadas de conflicto

armado, influyó en la evolución de la (RSE), durante el auge del conflicto en las décadas de 1990 y 2000, algunas empresas desarrollaron iniciativas para contribuir a la paz y la reintegración de excombatientes, así como para mejorar las condiciones de las comunidades afectadas por el conflicto, iniciativas conocidas como “responsabilidad social para la paz”, llevaron a las empresas a jugar un papel activo en la búsqueda de soluciones sociales más allá de sus operaciones comerciales (Díaz, 2015). La regulación de la (RSE) en Colombia se alinea con Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) establecidos por la Organización de las Naciones Unidas (ONU) en 2015, han sido adoptados por un gran número de empresas en Colombia como una hoja de ruta para sus estrategias de la responsabilidad social empresarial (RSE), aunque no forman parte del marco normativo obligatorio, los (ODS) son una referencia clave para las empresas que buscan alinearse con las metas globales de sostenibilidad, en áreas como la lucha contra la pobreza, la igualdad de género y la acción por el clima (Méndez & Rojas, 2020). En este contexto, el gobierno colombiano ha promovido la integración de los (ODS) en las políticas empresariales, como compromiso con la agenda global de desarrollo sostenible aunque no existe una ley específica sobre la responsabilidad social empresarial (RSE) en Colombia, la creación de normativas que fomentan prácticas responsables, por ejemplo es la Ley 1429 de 2010, conocida como la ley de formalización y generación de empleo que ofrece incentivos fiscales a las empresas que promueven la inclusión laboral y el desarrollo sostenible (Gómez, 2018). Otro elemento clave del marco normativo es el decreto 1400 de 2005, que regula la rendición de cuentas de las empresas en cuanto a los aspectos sociales y ambientales de sus operaciones. Dentro desafíos futuros los principales retos sigue siendo la falta de homogeneidad en la adopción de estas prácticas, ya que las pequeñas y medianas empresas (PYMES) enfrentan mayores barreras para implementar políticas de (RSE) debido a limitaciones financieras y del

conocimiento, las tendencias más marcadas en la responsabilidad social empresarial (RSE) colombiana es la adopción de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). los cuales buscan erradicar la pobreza, proteger el planeta y asegurar la prosperidad para todos, empresas como Bancolombia y Ecopetrol han incorporado estos objetivos dentro de sus políticas corporativas, integrando principios de sostenibilidad en sus operaciones. Esta tendencia es impulsada por la creciente presión de los consumidores, inversionistas y reguladores, quienes exigen que las empresas contribuyan activamente a la sostenibilidad global (Méndez & Rojas, 2020). A pesar del avance existen desafíos que las empresas deben abordar en el futuro, uno de los principales es la necesidad de integrar la responsabilidad social empresarial (RSE) en las pequeñas y medianas empresas (PYMES), estas empresas carecen de recursos y conocimientos para implementar programas de (RSE) de manera efectiva, otro desafío es garantizar que las iniciativas de la (RSE) no se perciban solo como una estrategia de marketing, sino como un compromiso real y sostenible con el desarrollo social y ambiental del país.

Las Dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

Abarca varias dimensiones claves; económica, social y ambiental. La dimensión económica se refiere a la gestión eficiente y ética de los recursos para garantizar la rentabilidad y la competitividad a largo plazo, la dimensión social implica el compromiso de las empresas con el bienestar de sus empleados y la comunidad, la dimensión ambiental exige la adopción de prácticas que minimicen los impactos negativos sobre el medio ambiente, de acuerdo con (Carroll,1999), la responsabilidad social empresarial (RSE) se estructura en cuatro niveles de responsabilidad: económica, legal, ética y filantrópica, donde la responsabilidad económica constituye la base, pero las demás son igualmente importantes para alcanzar una gestión empresarial sostenible.

Dimensión Económica de la Responsabilidad Socias Empresarial (RSE)

Está relacionada con la capacidad de una empresa para ser rentable a largo plazo mientras se comporta de manera ética y responsable, las empresas tienen la obligación de generar valor económico no solo para sus accionistas, sino también para otros actores involucrados, como empleados, proveedores y clientes, (Carroll, 1999), establece que la responsabilidad económica es la base de la pirámide de la responsabilidad social empresarial (RSE), ya que asegura la sostenibilidad financiera de la empresa, lo que le permite cumplir con sus otras responsabilidades sociales y ambientales, esta rentabilidad debe lograrse de manera ética y con respeto a las normativas.

Dimensión Social de la Responsabilidad Socias Empresarial (RSE)

Implica el compromiso de las empresas con el bienestar de las personas y las comunidades donde operan esta responsabilidad incluye, entre otras cosas, garantizar condiciones de trabajo justas, ofrecer oportunidades de desarrollo a los empleados, y promover la

igualdad y diversidad en el lugar de trabajo (Freeman, 1984). También engloba el respeto por los derechos humanos y la contribución al desarrollo social mediante inversiones en salud, educación y proyectos comunitarios (Lozano, 2013).

Dimensión Ambiental de la Responsabilidad Socias Empresarial (RSE)

Está enfocada en la responsabilidad de las empresas hacia la protección del medio ambiente, esto implica minimizar el impacto negativo de las actividades empresariales en el entorno natural mediante prácticas como la reducción de emisiones contaminantes, el uso eficiente de recursos y la gestión adecuada de residuos (Porter & Kramer, 2006). Las empresas que integran políticas ambientales en su estrategia de negocio no solo contribuyen a la conservación del planeta, sino que también pueden mejorar su competitividad al reducir costos operativos y alinear sus operaciones con las crecientes expectativas de los consumidores y reguladores (González & Martínez, 2020).

Equilibrio Entre las Dimensiones de la Responsabilidad Socias Empresarial

El desafío para muchas empresas es lograr un equilibrio adecuado entre las dimensiones, este equilibrio puede ser difícil de alcanzar debido a la presión por lograr resultados financieros a corto plazo, las empresas que integran la responsabilidad social empresarial (RSE) de manera efectiva en su estrategia corporativa logran generar valor a largo plazo. Según (Fernández y Luna, 2019) "aquellas empresas que ven la (RSE) no como un costo, sino como una inversión estratégica, obtienen mayores beneficios en términos de reputación, lealtad de los clientes y eficiencia operativa".

Impacto de las Dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial en la Gestión Comercial de las Compañías en Colombia

La integración de estas dimensiones de la responsabilidad social empresarial (RSE) económica, social, ambiental y ética se reflejan en varios casos de éxito de empresas que han logrado integrar estas prácticas en sus modelos de negocios, estas dimensiones permiten a las empresas no solo cumplir con sus objetivos comerciales, sino también contribuir al desarrollo sostenible del país y así responder a las expectativas de los grupos de interés, porque una empresa socialmente responsable adopta una perspectiva a largo plazo, donde las decisiones estratégicas tienen en cuenta los impactos económicos, sociales y ambientales de manera simultánea, veamos algunos ejemplos de cómo las dimensiones de la (RSE) se han aplicado en algunas empresas Colombianas.

Dimensión Económica

Generación de valor sostenible se centra en la creación de valor a través de prácticas de negocio sostenibles y justas, un caso representativo en Colombia es el de Grupo Nutresa, que ha logrado un crecimiento económico sólido mediante una estrategia que incluye la innovación, la inclusión de proveedores locales y el acceso a nuevos mercados de manera sostenible (Vargas, 2020). Grupo Nutresa ha implementado políticas de comercio justo y apoya a los pequeños productores, lo cual le ha permitido reducir costos y fortalecer su cadena de suministro.

Dimensión Social

Inclusión y bienestar comunitario: la dimensión social de la (RSE) implica mejorar las condiciones de vida de los empleados, sus familias y las comunidades en las que opera la empresa. Ecopetrol ha desarrollado programas que buscan el bienestar de las comunidades cercanas a sus operaciones, especialmente en áreas afectadas por el conflicto armado. Estos

programas incluyen capacitación laboral, proyectos educativos y de salud. Así, Ecopetrol ha promovido una relación más positiva con las comunidades locales, contribuyendo a la cohesión social y al desarrollo económico regional (Rojas & Peña, 2019).

Dimensión Ambiental

Protección y gestión sostenible del medio ambiente se ha convertido en un componente fundamental de la (RSE), en Colombia el caso de Bavaria que ha implementado un ambicioso plan de sostenibilidad ambiental, entre sus iniciativas destaca la reducción de la huella hídrica, la gestión de residuos y el uso de energías renovables en sus procesos productivos, la empresa también lidera campañas de reciclaje y ha reducido el uso de agua en la producción de sus productos, logrando un impacto positivo en la reducción de emisiones de carbono (Álvarez, 2021).

Dimensión Ética y de Gobernanza Corporativa

Se refleja en la (RSE) como la transparencia y en la adopción de prácticas de negocio responsables el Grupo Bancolombia, se ha destacado por sus políticas de transparencia y ética, lo cual ha generado confianza entre sus clientes e inversionistas, Bancolombia ha desarrollado una política de inclusión financiera que facilita el acceso a servicios bancarios para personas de bajos ingresos, promoviendo una mayor equidad y reduciendo la exclusión financiera en Colombia (Gómez & Salazar, 2018). A continuación ejemplificamos algunos casos significativos de empresas colombianas que han logrado implementar programas efectivos de (RSE).

Casos de Éxito de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en Colombia

Bancolombia

Ha trabajado en la implementación de la responsabilidad social empresarial (RSE) a través de varias dimensiones, reflejando un enfoque integral que busca beneficiar tanto a sus colaboradores como a la sociedad en general, las dimensiones más destacadas son social, ambiental, económica y ética, que se detallan a continuación; dimensión social ha desarrollado diversas iniciativas orientadas a promover el bienestar de sus empleados y de la comunidad en general, en este aspecto se enfoca en mejorar las condiciones laborales, promover la equidad y las causas sociales que beneficien a las comunidades, implementado programas de educación financiera para comunidades vulnerables, en cuanto a la dimensión ambiental Bancolombia ha implementado políticas y prácticas sostenibles para reducir su huella ecológica destacan los esfuerzos por disminuir el consumo energético, la implementación de prácticas de reciclaje y el apoyo a proyectos de energías renovables, uno de los objetivos clave de Bancolombia es contribuir a la preservación del medio ambiente con la reducción de su impacto ambiental directo e indirecto, promoviendo productos financieros verdes y servicios sostenibles; en la dimensión económica, trabaja para asegurar la sostenibilidad financiera y la creación de valor compartido su enfoque se basa en prácticas de gobernanza y transparencia para fomentar la confianza de los inversionistas y la estabilidad a largo plazo, promoviendo productos financieros que contribuyen al desarrollo económico como el financiamiento de microempresas y pymes; para la dimensión ética Bancolombia se compromete a seguir altos estándares éticos y de transparencia en todas sus operaciones, ha desarrollado un código de ética y conducta que regula la actividad de sus empleados y directivos, asegurando que se respeten los valores de la organización reforzando sus prácticas de transparencia y anticorrupción, lo que la convierte en una de las empresas líderes en

la promoción de la sostenibilidad en el Colombia, integrado los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) en sus operaciones (Bancolombia, 2020), iniciativas que han llevado a la empresa a ser reconocida como líder en sostenibilidad en América Latina.

Grupo Nutresa

Ha desarrollado una sólida estrategia de responsabilidad social empresarial (RSE) que abarca varias dimensiones claves como son la social, ambiental, económica y ética, reflejándose en prácticas que buscan no solo el crecimiento económico, sino también un impacto positivo en las comunidades y el medio ambiente, veamos como Nutresa a implementado estas dimensiones en sus operaciones; La dimensión social ha implementado diversas iniciativas para mejorar la calidad de vida de sus empleados, proveedores y comunidades donde opera con programas de educación, salud y desarrollo comunitario con programas de capacitación para los empleados y en el desarrollo de habilidades para las comunidades locales, promoviendo el desarrollo social y reduciendo las brechas de desigualdad promovido la inclusión y la diversidad; para la dimensión ambiental Grupo Nutresa tiene un compromiso explícito con la sostenibilidad ambiental la empresa ha adoptado prácticas para reducir su impacto ambiental, tales como manejo residuos, el ahorro de energía y el uso de fuentes renovables, por ejemplo su compromiso con la reducción de la huella de carbono y el uso sostenible del agua en sus operaciones y promueve una cadena de suministro sostenible incentivando a sus proveedores a adoptar prácticas ecológicas; En la dimensión económica Nutresa se enfoca en la generación de valor compartido para sus accionistas y en el impulso para el desarrollo económico de las comunidades donde opera, la empresa trabaja en el fortalecimiento de la cadena de suministro a través del apoyo a pequeños proveedores y agricultores, incentivando prácticas responsables y sostenibles; En la dimensión ética Grupo Nutresa promueve un código de ética robusto que orienta el comportamiento de sus

empleados y socios comerciales, fomenta una cultura de integridad, responsabilidad y respeto, estableciendo normas claras sobre transparencia y cumplimiento de la ley, esta dimensión es clave en el modelo de (RSE) de Grupo Nutresa, porque fortalece la confianza de los grupos de interés y protege la reputación de la empresa alineándose con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) (Grupo Nutresa, 2019).

Ecopetrol

Es la principal empresa petrolera de Colombia ha implementado una estrategia de responsabilidad social empresarial (RSE) que abarca las dimensiones social, ambiental, económica y ética, estas dimensiones se ha desarrollado a través de políticas y prácticas para mitigar el impacto de sus operaciones y promover el bienestar de las comunidades. La dimensión social Ecopetrol ha implementado programas sociales orientados al desarrollo de las comunidades donde opera con inversiones en proyectos de educación, salud y desarrollo de infraestructura comunitaria; la dimensión ambiental es una prioridad en la estrategia de (RSE) de Ecopetrol, debido a los potenciales impactos ambientales de la industria petrolera, ha implementado políticas y prácticas para la gestión ambiental responsable, como la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero, la optimización del uso de agua, la gestión integral de residuos y la inversión en proyectos de transición energética, explorando fuentes de energía renovable y tecnologías limpias; en la dimensión económica, Ecopetrol trabaja para generar valor compartido a largo plazo tanto para sus accionistas como para las comunidades donde opera esto se refleja en políticas de transparencia y rendición de cuentas, así como en el fomento de la economía local mediante el apoyo a proveedores nacionales y la contratación de mano de obra local impulsando la innovación y buscando la eficiencia en sus operaciones para asegurar su

sostenibilidad económica; la dimensión ética es central en la estrategia de Ecopetrol, que cuenta con un robusto código de ética y políticas anticorrupción que se aplican en todos los niveles de la organización la empresa implementa prácticas de transparencia y un sistema de denuncias para fomentar un ambiente de integridad y confianza.

Bavaria

Es una de las empresas cerveceras más grandes de Colombia, que ha implementado la responsabilidad social empresarial (RSE) de manera integral en sus operaciones su enfoque en (RSE) abarca varias dimensiones fundamentales: económica, social y ambiental, con una clara estrategia hacia la sostenibilidad; en la dimensión económica se enfoca en la generación de valor para la empresa y sus grupos de interés, ha implementado políticas de desarrollo económico que incluyen el apoyo a pequeños negocios y emprendimientos, la compañía ha creado programas que fortalecen a la cadena de valor a través de la inversión en proveedores locales; la dimensión social de la (RSE) en Bavaria se manifiesta en programas de educación, salud y bienestar, y en iniciativas de desarrollo comunitario destacando el programa “Mejor en comunidad”, que fomenta el desarrollo de las capacidades en las comunidades donde opera, han implementado iniciativas educativas para reducir el consumo irresponsable de alcohol, Bavaria ha adoptado una política ambiental que se centra en la sostenibilidad de sus operaciones y la preservación de los recursos naturales la empresa ha trabajado en la reducción del consumo de agua y en la implementación de prácticas de reciclaje en sus procesos de producción, en colaboración con organizaciones ambientalistas ha lanzado campañas de reforestación y conservación de cuencas hídricas (Álvarez, 2021).

Impactos Tangible e Intangible de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en las Empresas Colombianas

La responsabilidad social empresarial (RSE) ha tenido un impacto significativo en las empresas colombianas, generando beneficios tanto tangibles como intangibles, estos impacto tangibles incluye el incremento en ventas, mayor fidelidad de clientes y reducción de costos operativos, los impactos intangibles incluyen la mejora de la reputación, la creación de valor de marca y el fortalecimiento de la cultura organizacional, cuando las compañías integran prácticas responsables en su operación, no solo contribuyen al desarrollo social y ambiental, sino que también fortalecen su propia competitividad, reputación y relación con los grupos de interés.

Impacto Tangible Mejora en la Rentabilidad y Competitividad

La adopción de la responsabilidad social empresarial (RSE) en las empresas colombianas ha demostrado tener un impacto directo de forma positiva en la mejora de la rentabilidad y competitividad, las empresas que implementan estas políticas de la responsabilidad social empresarial (RSE), diversos estudios han encontrado que aquellas compañías que adoptan prácticas responsables logran una mayor eficiencia operativa, lo que se traduce en una reducción de los costos especialmente en áreas como por ejemplo el manejo energético, la gestión de residuos, el uso eficiente de recursos y reducción de emisiones contaminantes permiten a las empresas disminuir gastos asociados a multas o sanciones ambientales, por consiguiente las empresas que invierten en la responsabilidad social empresarial (RSE) tienen acceso a nuevos mercados y oportunidades comerciales, porque los consumidores y clientes prefieren cada vez más productos y servicios de empresas comprometidas con el desarrollo sostenible. En Colombia, por ejemplo, empresas como Grupo Éxito y Postobón han experimentado un aumento

en su competitividad a nivel local e internacional gracias a su enfoque en la RSE (Porter & Kramer, 2019).

Impacto Tangible Atracción y Retención de Talento Humano

El impacto en la atracción y retención de talento humano en las empresas colombianas se ha convertido en un factor clave para el éxito organizacional en un entorno empresarial altamente competitivo. Según Ramírez y González (2021), las empresas que logran atraer y retener empleados talentosos mejoran significativamente su rendimiento, ya que la permanencia de personal cualificado no solo reduce los costos de contratación, sino que también fomenta la innovación y la productividad. Las compañías que tienen un compromiso con causas sociales y ambientales suelen ser más atractivas para los trabajadores especialmente para los jóvenes que valoran el propósito y la ética empresarial, en Colombia, empresas como Bancolombia y Nutresa han utilizado sus programas de la responsabilidad social empresarial (RSE) como un factor clave para atraer y retener talento humano cualificado, reduciendo la rotación del personal y mejorando la satisfacción laboral derivando mayor productividad y un clima organizacional positivo.

Impacto Tangible Mejora en el Acceso a Financiamiento

Es un factor crucial para el desarrollo empresarial en Colombia, especialmente en el contexto de las pequeñas y medianas empresas (pymes) en Colombia. De acuerdo con Salazar y Ramírez (2020), el acceso a financiamiento permite a las empresas mejorar su liquidez, invertir en infraestructura y expandir sus operaciones. Los inversionistas y fondos de inversión están cada vez más interesados en apoyar empresas que muestran un fuerte compromiso con la sostenibilidad, sin embargo, muchos emprendedores colombianos enfrentan barreras significativas para obtener crédito, como son las altas tasas de interés y requisitos rigurosos por parte de las entidades financieras. Un estudio del Banco de la República (2021) señaló que solo

el 40% de las pymes tienen acceso a financiamiento formal, lo que limita su capacidad de crecimiento y sostenibilidad.

Impacto Intangible Reputación y Valor de Marca

El valor de marca se refiere al conjunto de atributos y emociones que los consumidores asocian con una marca específica, impactando la disposición para pagar precios más altos o recomendar el producto o servicio. Gómez y Salazar (2021) señalan que en Colombia las empresas que invierten en construir un valor de marca fuerte logran mayores márgenes de ganancia debido a la lealtad de los clientes y su menor sensibilidad al precio. Las marcas colombianas mejor valoradas han registrado mayores crecimientos en su valor financiero impulsado en gran parte la percepción positiva que tienen los consumidores sobre su calidad y compromiso social.

La reputación es el desarrollo de estrategias de responsabilidad social corporativa (RSC) que también contribuye significativamente al fortalecimiento de la reputación y el valor de la marca. Las empresas colombianas que implementan prácticas sostenibles y de impacto social positivo no solo mejoran su percepción ante los consumidores, sino que también logran aumentar su valor de marca (Mendoza & Rojas, 2021), generando una mayor conexión emocional con los consumidores, se convierte en una herramienta clave para fortalecer la marca y reputación.

Impacto Intangible Relaciones con la Comunidad y Grupos de Interés

Este se ha convertido en un aspecto clave para el desarrollo sostenible de las empresas en Colombia, las empresas que establecen vínculos sólidos y de confianza con comunidades y grupos de interés logran mejorar su reputación y obtener apoyo social, logrando mayor estabilidad operativa. Según Ramírez y Gutiérrez (2021) las empresas que invierten en fortalecer estas relaciones experimentan menores conflictos sociales y mayor cooperación por parte de la

comunidad local, lo que les permite operar en un entorno más favorable en Colombia, compañías como Ecopetrol y CEMEX han trabajado estrechamente con comunidades indígenas y rurales, implementando proyectos de infraestructura, educación y acceso a servicios básicos que han mejorado la calidad de vida de estas poblaciones, y al mismo tiempo han asegurado el respaldo comunitario.

Impacto Intangible Innovación y Adaptabilidad

La responsabilidad social empresarial (RSE) también impulsa la innovación dentro de las empresas al centrarse en soluciones sostenibles y en la creación de valor compartido, muchas empresas colombianas han encontrado nuevas formas de adaptar sus productos y servicios a las necesidades del mercado, este enfoque hacia la innovación ha permitido a compañías como Grupo Nutresa desarrollar nuevos productos más sostenibles, optimizar sus procesos productivos y reducir su huella ecológica, lo que les ha dado una ventaja competitiva significativa. La responsabilidad social empresarial (RSE), en este sentido, no solo mejora la imagen de la empresa, sino que también fomenta un entorno propicio para el desarrollo de nuevas ideas y modelos de negocio (Ruiz & Correa, 2021).

Conclusiones

Las prácticas de (RSE), tienen un impacto tanto tangible e intangible, tangibles mejora la rentabilidad, la competitividad, la retención de talento humano cualificado y el acceso a financiamiento; mientras tanto en lo intangible, fortalece la reputación, el valor de marca, las relaciones con las comunidades y la capacidad para la innovación, contribuyendo al éxito empresarial, podemos adicionar que también generan un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente, demostrando que la (RSE) es una estrategia clave para el desarrollo sostenible.

La (RSE) ha evolucionado en Colombia como una herramienta que permite generar impactos tangibles e intangibles para las empresas y las comunidades y promueve el desarrollo sostenible, casos exitosos en organizaciones como Bancolombia, Grupo Nutresa, Ecopetrol, Grupo Éxito entre otros demuestran como la (RSE) en Colombia mejora la rentabilidad, la competitividad en el mercado, la interacción con las comunidades y otros grupos de interés, permitiendo a las empresas optimizar procesos para reducir costos, fortalecer la reputación en el mercado y visualizar nuevos objetivos para consolidarse como líderes en cada sectores del mercado.

En Colombia el marco normativo y las tendencias destacan la importancia de las regulaciones y la innovación para la implementación de la (RSE), enfrentando desafíos para medir el impacto y la integración de la sostenibilidad en la cadena de valor, las prácticas de (RSE) generan valor para beneficiar a las empresas, la sociedad y el medio ambiente impulsando el cumplimiento de metas globales como son los (ODS), las empresas colombianas pueden liderar en materia de sostenibilidad, enfrentando retos en transparencia, innovación y adaptabilidad, la (RSE) es un factor clave para el éxito empresarial en el siglo XXI, permitiendo contribuir con el bienestar social y el fortalecimiento del tejido empresarial en Colombia.

Recomendaciones

Teniendo en cuenta el estudio expuesto anteriormente en el presente documento a continuación se realizan algunas recomendaciones claves para la implementación estratégica de la (RSE) en Colombia.

Fortalecer la comunicación de la (RSE) independientemente del tamaño de la empresa u organización se puede notar que muchas han implementado prácticas de (RSE) pero estas no pueden comunicarse eficientemente, implementar estrategias de comunicación claras, concisas y transparentes aumenta la confianza y la percepción positiva de los grupos de interés, por ejemplo utilizar las novedades tecnológicas para publicar en redes sociales e internet los informes de sostenibilidad, los impactos positivos de los mismos, resaltando las dimensiones económica, social, ambiental y ética de la (RSE) debe convertirse en una estrategia transversal y medible.

Promover las (PYMES) constituyen el mayor tejido empresarial en Colombia, pero enfrenta los mayores desafíos para implementar políticas de (RSE), es importante brindar capacitación y crear alianzas estratégicas con grandes empresas o instituciones públicas que permitan apoyar financiera y técnicamente a este sector, para que la (RSE) sea transversal en la cultura organización y no un proyecto aislado, es decir integrarla en la misión y la visión de la empresa permite coherencia y compromiso a largo.

Fomentar la innovación y sostenibilidad invertir en prácticas innovadoras para reducir la huella ecológica, impulsar el reciclaje, el uso de energías renovables contribuyen al cuidado del ambiente, utilizar los (ODS) para alinearse con estándares globales para asegurar sostenibilidad atrayendo nuevos consumidores consientes generando impactos tangibles e intangibles tanto para la empresa como para la comunidad en general.

Bibliografía

- Acosta, J., & Gómez, L. (2015). La responsabilidad social empresarial en Colombia: evolución y desafíos. Editorial Universidad del Rosario.
- Álvarez, J. (2021). Sostenibilidad y responsabilidad social en Bavaria: un caso de éxito en Colombia. *Revista de Empresas Sostenibles*, 9(2), 34-50.
- Banco de la República. (2021). Acceso a crédito y financiamiento en las pymes colombianas: Un análisis sectorial . Bogotá: Banco de la República.
- Bancolombia. (2021). Informe de responsabilidad social
<https://www.grupobancolombia.com/sostenibilidad/informes>.
- Carol R Avila. (2010) Responsabilidad Social de las Empresas y sus Relaciones con la Gestión de las Personas en las Organizaciones.
- Carroll, A. B. (1999). Corporate social responsibility: Evolution of a definitional construct. *Business & Society*.
- Comisión Europea. (2011). Estrategia renovada de la UE para 2011-2014 sobre la responsabilidad social de las empresas. Publicaciones de la Unión Europea.
- Delgado, E. (2012). Evolución de la responsabilidad social empresarial en Colombia . *Revista Innovar*.
- Díaz, A. (2015). Empresas y construcción de paz en Colombia: Entre la ética y la competitividad Universidad de los Andes.
- Ecopetrol. (2021). <https://www.ecopetrol.com.co>.
- Fernández, P., & Luna, A. (2019). Ventajas competitivas de la responsabilidad social empresarial en el entorno global. Editorial Financiera.

- Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Cambridge University Press.
- Gómez, J. (2018). Normatividad y responsabilidad social empresarial en Colombia . *Revista de Derecho*.
- Gómez, L., & Salazar, P. (2018). *Gobernanza y ética en Bancolombia: un análisis de su impacto en la inclusión financiera*. Bogotá: Universidad Externado.
- Gómez, P., & Salazar, M. (2021). *El impacto del valor de marca en la competitividad empresarial en Colombia*.
- González, J., & Martínez, L. (2020). *Sostenibilidad corporativa y RSE en las empresas colombianas*. Editorial Económica.
- González, J., & Martínez, L. (2021). *Responsabilidad social empresarial y su impacto en la comunidad: El caso de Bavaria en Colombia* . Bogotá: Editorial Universitaria.
- González, M., & Ramírez, S. (2019). *Autenticidad y RSE: El desafío de las empresas colombianas*. *Revista de Negocios y Ética Corporativa*.
- Grupo Nutresa. (2021). *Informe de sostenibilidad 2021* <https://www.gruponutresa.com/informes>.
- Lozano, J. M. (2013). *Responsabilidad social empresarial y sostenibilidad: Conexiones y retos*. Editorial Académica.
- Martínez, A., & Pérez, L. (2018). *Estrategias de comunicación en la RSE: Impacto en la reputación corporativa*. *Revista Internacional de Comunicación Corporativa*.
- Méndez, R., & Rojas, L. (2020). *Tendencias de sostenibilidad y responsabilidad social empresarial en Colombia: La adopción de los ODS* . *Revista Gestión y Ambiente*.
- Mendoza, R., & Rojas, S. (2021). *Responsabilidad social corporativa como estrategia de valor de marca en Colombia* . Medellín.

- Morales, P. (2022). Los retos de la responsabilidad social empresarial en las pymes colombianas. *Estudios Empresariales*, 14(4), 78-91.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2019). *Creating Shared Value: How to Reinvent Capitalism and Unleash a Wave of Innovation and Growth*. Harvard Business Review.
- Porter, M., & Kramer, M. (2006). Strategy and society: The link between competitive advantage and corporate social responsibility.
- Ramírez, S., & González, E. (2021). El papel de la gestión del talento humano en el crecimiento empresarial en Colombia.
- Ramírez, S., & Gutiérrez, L. (2021). El papel de la comunidad en el éxito empresarial: Una perspectiva colombiana.
- Rojas, M., & Peña, F. (2019). Ecopetrol y su impacto social en las comunidades afectadas por el conflicto en Colombia. *Revista de Economía Social*, 12(3), 47-65.
- Ruiz, L., & Correa, P. (2021). La RSE como motor de innovación en empresas colombianas. *Innovación y Empresa*, 9(1), 18-34.
- Salazar, J. y Ramírez, P. (2020). *Acceso al financiamiento y su influencia en el crecimiento de las pymes en Colombia*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Vargas, N. (2023). Tendencias y oportunidades en la responsabilidad social empresarial en Colombia. *Revista de Negocios Sostenibles*.
- Vargas, R. (2020). *Grupo Nutresa: crecimiento y sostenibilidad en la industria alimentaria colombiana*. Medellín: Universidad EAFIT.
- Villalba, A., & Gaitán, J. (2020). La RSE en Colombia: Retos y oportunidades para las empresas en el siglo XXI. *Revista de Estudios Empresariales*.

Zapata, M. y Durán, F. (2007). Responsabilidad Social Empresarial: Teoría y Práctica en Colombia . Universidad del Rosario.