

**Análisis de la ausencia del mercadeo social en la responsabilidad corporativa de las
empresas agroindustriales y tecnológicas en Colombia**

Sebastian Rivera Sanchez

Asesor

Faiber Alexis Benavides

Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios –ECACEN

Administración de empresas

2025

Dedicatoria

El trabajo de grado presentado a continuación lleva el título de “Análisis de la Ausencia del Mercadeo Social en la Responsabilidad Corporativa de las Empresas Agroindustriales y Tecnológicas en Colombia”. Este trabajo ha sido escrito como parte de los requisitos de graduación para el programa de Administración de empresas perteneciente a la escuela de ciencias administrativas, contables, económicas y de negocios – ECACEN. El tema escogido nació en medio de mi carrera, en donde tuve la oportunidad de investigar empresas del sector de los muebles, las cuales se benefician de los bosques en los cuales causan deforestación y de aquí nace su actividad económica, pero estas empresas no hacen nada por restituir el daño que le causan al planeta, adicional a que también estaba viendo la materia de mercadeo social ofrecida por esta carrera, en donde me pareció muy grave la manera en que las empresas que se benefician económicamente de un sector, pero no ayudan en sus problemáticas, es decir que las empresas solo se preocupan por producir dinero, pero no por generar beneficios sociales, pude percibir la forma en que la mayoría de las empresas Colombianas se enriquecen pero ninguna ofrece algún beneficio a la sociedad, de esta forma surge mi preocupación al percibir los problemas actuales, como la contaminación, derogación, habitantes de calle, robos, etc. Y ver que las empresas que viven con estas problemáticas no realizan ni la menor actividad que minimice su impacto, aquí nació el origen del tema de esta monografía, en febrero del 2024 se dio inicio a este reto, en donde mes a mes el tutor asignado me envió correcciones en donde finalmente la monografía fue aprobada para que esta fuera asignada a revisión por un director, seguido de esto tuve la oportunidad de conocer al señor: Faiber Alexis Benavides A, el cual ha sido el mayor apoyo por su excelente orientación y soporte en esta monografía, pues gracias a él

esta se amplió y se estructuró mejor como lo que debe ser una monografía, en donde a pesar de tantas y tantas correcciones, teniendo en cuenta que mi trabajo consume el mayor porcentaje de mi tiempo, fue un reto el poder realizar tantas correcciones y sugerencias, pero a fondo el resultado es el aprendizaje valioso y el adecuado desarrollo de la monografía y reitero las buenas orientaciones del director, ya que estas me sirven para tener mayores conocimientos y esto es grato porque me ayuda a crecer como profesional, por tanto dar gracias al director Faiber por su apoyo y su empatía además de su dedicación a mi investigación, gracias a la universidad, en donde quiero seguir estudiando y adquirir más conocimientos día a día para crecer como profesional.

Sebastian Rivera Sanchez

8 de diciembre del 2024.

Resumen

Este estudio se enfoca en identificar la falta de conciencia de algunas empresas al aplicar la responsabilidad social empresarial mediante el mercadeo social, tenemos información sobre el mercadeo y la RSE, sus inicios, la forma en que se aplica y las necesidades que cubre, se muestra la forma en que empezaron a usarse tanto en Colombia como en diferentes partes del mundo, se toma como muestra la ciudad de Bogotá, ubicada en Colombia, la cual es foco de muchas problemáticas como lo son la prostitución, percepción de inseguridad, la pobreza, habitantes en condición de calle, entre muchas otras más las cuales se detallan en este documento, mostrando a fondo sus causas y consecuencias. Se tiene como consecuencia de las problemáticas que esto aleja a los clientes, por ejemplo en el centro de Bogotá, dentro de este centro hay muchas zonas a las cuales los transeúntes no visitan por temor a percibir diferentes problemáticas ya nombradas, entre ellas la inseguridad y el miedo a los robos, esto trae como efecto la disminución en ventas de los negocios ubicados en estas zonas, los cuales no aplican estrategias de mercadeo social para corregir o minimizar dichas problemáticas, se percibe el abandono del estado y la alcaldía en muchas de estas problemáticas. El mercadeo social trae muchos beneficios al ser aplicados en las empresas, u ejemplo es que crea una percepción de credibilidad y fidelidad por parte de los clientes, traduciéndose en el aumento de ventas. La investigación está compuesta por diferentes fases las cuales hace que se cumpla uno a uno sus objetivos. En donde se resalta el cumplimiento de estos en la parte final de este documento y se detallan las recomendaciones y las referencias las cuales fueron las masas documentales que sirvieron para generar el conocimiento contenido en este documento.

Palabras clave: Marketing social, responsabilidad social corporativa, maximización, minimización, rentabilidad, economía, empresas.

Abstract

This study focuses on identifying the lack of awareness of some companies when applying corporate social responsibility through social marketing, we have information about marketing and CSR, its beginnings, the way it is applied and the needs it covers, it shows how they began to be used both in Colombia and in different parts of the world, taking as a sample the city of Bogotá, located in Colombia, which is the focus of many problems such as prostitution, perception of insecurity, poverty, homeless people, among many others which are detailed in this document, showing in depth their causes and consequences. As a consequence of the problems that this causes, customers are kept away, for example in the center of Bogotá, within this center there are many areas that passers-by do not visit for fear of perceiving different problems already named, including insecurity and fear of robbery, this has as an effect the decrease in sales of businesses located in these areas, which do not apply social marketing strategies to correct or minimize these problems, the abandonment of the state and the mayor's office in many of these problems is perceived. Social marketing brings many benefits when applied in companies, an example is that it creates a perception of credibility and loyalty on the part of customers, translating into increased sales. The research is composed of different phases which makes its objectives fulfilled one by one. Where the fulfillment of these is highlighted in the final part of this document and the recommendations and references are detailed which were the documentary masses that served to generate the knowledge contained in this document.

Keywords: Social marketing, corporate social responsibility, maximization, minimization, profitability, economy, companies.

Tabla de Contenido

Introducción	9
Planteamiento del problema.....	11
Antecedentes	13
Justificación	15
Objetivos.....	17
Objetivo general:	17
Objetivos específicos.....	17
Marco Teórico.....	18
Marketing social.....	18
Responsabilidad social empresarial	20
Clasificaciones teóricas sobre la RSE.....	21
La RSE en Colombia	23
Impacto del Mercadeo Social en las estrategias de responsabilidad corporativa de las empresas.....	25
Estrategias de mercadeo adoptadas por empresas de sectores seleccionados.....	25
Mercadeo social del sector tecnológico	25
Mercadeo social del sector financiero.....	26
Mercadeo social del sector agroindustrial.....	27
Casos de responsabilidad social por empresas Colombianas	28
Marco conceptual.....	29
Mipymes en Colombia.....	29
Contextualización sobre problemáticas	29
Bogotá en crisis ambiental	29
Habitantes en condición de calle.....	30

La drogadicción en Colombia.....	31
La prostitución	32
Inseguridad en Colombia	34
Desempleo.....	35
Pobreza.....	36
Las problemáticas ambientales	36
Incendios forestales en Colombia	38
Marco contextual	40
Ubicación y límite territorial	40
Marco metodológico	43
Tipo de Investigación	43
Método de Investigación	43
Población.....	44
Fases del Proyecto.....	45
Identificación del problema y de los objetivos de la investigación.....	45
Diseño del plan de investigación	45
Recopilación de datos	45
Análisis de datos	45
Presentación del informe de resultados	45
Desarrollo de la monografía.....	46
Conclusiones	54
Recomendaciones	55
Referencias bibliográficas.....	56

Lista de figuras

Figura 1 <i>Frailejones</i>	42
Figura 2 Colombia	44
Figura 3 Bogotá D.C.....	45

Introducción

Mediante esta monografía se pretende que el lector conozca el impacto del mercadeo social y corporativo, así se identificaran sus beneficios y la manera en que esto puede aumentar los ingresos, además de los beneficios para sus clientes y empleados.

Se habla sobre las empresas Colombianas, en donde existe una falta de responsabilidad social traducida en la falta de mercadeo social y corporativo, de tal manera que las empresas que allí se encuentran día a día viven y operan en medio de todas estas problemáticas en vez de tomar acciones que minimicen el impacto de estas, ahora bien día a día las empresas se benefician de un entorno al cual no le están dando ninguna mano para solucionar los problemas que allí se encuentran, problemas que en esta investigación se explican y se muestra en detalle uno a uno en donde esto también trae problemas para las mismas empresas traducidos en la disminución de los clientes. Además de que los clientes con los que cuentan tienen una mala percepción de los contextos de las empresas.

Se toma como muestra una zona específica de la ciudad de Bogotá, causando diferentes consecuencias para las empresas allí ubicadas, se muestra que la ausencia del mercadeo social y corporativo por parte de las empresas de la zona hace que persistan las diferentes situaciones identificadas, teniendo como consecuencia la disminución de clientes.

Se explora el caso de una empresa colombiana que aplica el mercadeo social y obtiene resultados positivos para sus empleados causando una imagen de credibilidad y fidelidad por parte de estos, los cuales tienen un impacto positivo en la organización.

Se identifica la importancia del marketing social, la manera en que contribuye a un bienestar de la comunidad y los beneficios que trae para la organización apoyándonos de una

investigación realizada por Jana Moyano, agente de igualdad y apasionada por la responsabilidad social.

Se dan diferentes datos sobre el origen del mercadeo social, y su razón de ser ya que más halla de ser una estrategia de marketing tuvo su origen en la necesidad de generar resultados positivos en la resolución de problemas sociales que se dieron alrededor de 1970, los cuales se abordaran en el siguiente documento, mostrando la opinión y el conocimiento de diferentes autores a lo largo del tiempo y la evolución y ventajas competitivas del mercadeo social.

Planteamiento del problema

Se evidencia la ausencia de la responsabilidad corporativa y la falta de uso del mercadeo social y corporativo en las empresas, específicamente del sector agroindustrial y tecnológico, lo cual causa que las problemáticas de su entorno persistan, impactando de manera negativa a la empresa, lo cual puede generar dependiendo de la problemática muchos efectos nocivos, pero, en resumen, que la empresa tenga un contexto negativo, provoca que se enfrente a vivir en medio de las problemáticas, las cuales podría solucionar o ayudar a contrarrestar mediante la aplicación del mercadeo social. Estas problemáticas son: Inseguridad, robos, pobreza, contaminación visual, prostitución, drogadicción, basuras, habitantes de calle, parques en mal estado, los cuales crean un sentimiento de inseguridad y desagrado frente a los transeúntes. Tantos problemas como el mismo deterioro ambiental que nos afecta a todos. Y las empresas mediante un mercadeo social podrían combatirlo.

Ahora bien para ampliar la contextualización y tener una evidencia de la problemática en Colombia específicamente en el sector agroindustrial y tecnológico se toma como ejemplo de muestra un caso real de la ciudad de Bogotá en el sector del centro, allí se encuentran muchos tipos de organizaciones como microempresas y pequeñas empresas, las cuales no aplican el mercadeo social, además de que también cuenta con grandes empresas siendo esta por ejemplo el Éxito, todas estas empresas son afectadas por las problemáticas, las cuales causan disminución de clientes, por percibir el sector como inseguro y temor a robos, además el exceso de los vendedores informales en las calles que venden más barato y de manera más cercana al cliente.

“Canal RCN (2023) realizó una investigación acerca de dichas problemáticas en donde enfatizan puntualmente en las siguientes: Basuras, exceso de comercio informal, personas en situación de calle, consumo de drogas, deterioro de la malla vial e inseguridad. También

muestran la percepción de los extranjeros que visitan el centro histórico de Bogotá, el cual es negativo base a las problemáticas que allí persisten, pues mencionan la percepción de que en la zona existen numerosos vendedores ambulantes, la delincuencia que allí se presenta, el temor que genera el visitar esta zona, aseguró Sandra Usme; También un habitante de Bogotá menciona que hace falta más presencia policial en la zona.”

“ Canal RCN (2023) resalta la falta de control de la alcaldía lo cual menciona Andrea Valderrama, una turista en Bogotá, entonces nuevamente hacen énfasis en la sensación de miedo que allí se percibe, debido a que en las noches se evidencia alto consumo de drogas, robos y personas en situación de calle buscando comida, además se muestra unas cifras en donde los policías que trabajan en el día en esta zona son 100 pero en la noche esta cifra desciende a 35 policías los cuales claramente no van a ser suficientes para realizar un control de calidad en la zona.”

“Canal RCN (2023) dice que el centro se considera patrimonio cultural debido a la historia que allí se guarda y constantemente las fachadas de los museos y demás son vandalizadas en donde recurrentemente se deben realizar inversiones para restaurar estas fachadas.”

La falta de la aplicación del mercadeo social y corporativo tiene diferentes causas como lo son falta de conocimiento frente al tema, para algunas empresas no es factible aplicar el mercadeo debido a su límite económico, pues por ejemplo una micro empresa, o pequeña empresa no va a contar con el dinero suficiente para aplicar el mercadeo social y corporativo por los gastos y costos que esto puede incurrir, además de que el fallar en su estrategia de mercadeo podría ocasionar en los clientes poca credibilidad de la marca, y mediante el voz a voz terminar de alejar los posibles clientes

Antecedentes

Origen del mercadeo social corporativo: Se dio como una necesidad para solucionar problemáticas en el año 1960, por lo tanto, de aquí nace su objetivo primordial y a través de los años se convirtió en una herramienta de competitividad para las empresas, pues la empresa que no lo aplica está en desventaja por la falta de responsabilidad social la cual atrae clientes, y los problemas sociales de su contexto persistirán debido a que nadie realiza acciones que los minimicen.

Origen de la responsabilidad social empresarial: Según ha señalado Fundación red de árboles (2024) el concepto de responsabilidad social empresarial en Colombia surge como una intención de algunos empresarios que querían mejorar las condiciones laborales de sus trabajadores y el entorno de su comunidad de aquí surgieron grandes avances en materia laboral, salud, y medio ambiente.

Entramos a conocer el caso de la empresa Burger King la cual realizo una estrategia de marketing social en el año 2014 el día de la marcha del orgullo LGTB de San Francisco, ofreció ese día una hamburguesa en edición limitada para ese día, en donde los compradores encontraron un mensaje oculto en el envoltorio del producto, en donde lograron un impacto positivo traducido en el aumento de ventas las cuales fueron donadas a una ONG que lucha por la causa LGTB.

El grupo Pão de Açúcar es en la actualidad la mayor empresa minorista en Brasil, la cual inicio en 1948, cuenta con más de 500 locales en por lo menos 12 estados brasileños, sus marcas son: supermercados Pão de Açúcar, Compre Bem, Barateiro, el hipermercado Extra, y negocios de productos electrónicos como Extra Eletro y la red Ponto-Frio. En 1998 crearon el primer supermercado educativo del mundo llamado el Pão de Açúcar Kids, dedicado a la formación de

consumidores más conscientes. Fue desarrollado para los niños en donde existían todo tipo de actividades en presencia de monitores entrenados (Giuliani, Monteiro y Zambon, 2022).

Según ha señalado Giuliani, Monteiro y Zambon (2022) el grupo se vincula a varios grupos sociales, procura impulsar el desarrollo humano y social por medio de acciones educativas buscando la mejora en la calidad de vida, también se quiere generar valores compartidos y sustentables.

Giuliani, Monteiro y Zambon (2022) mencionan proyectos sociales desarrollados por este grupo los cuales son enfocados en: Deporte y salud, música y espectáculos, cultura, educación y desarrollo profesional. Medio ambiente, salud y asistencia.

Se puede observar que esta empresa está involucrada en muchas actividades y proyectos sociales, demostrando su empeño en relación con las comunidades en las que está presente y con la sociedad brasileña en general, todos los proyectos sociales que desarrolla o apoya se basan en la capacidad económica del grupo, en otras palabras los proyectos sociales del grupo no se destacan por su potencial de producir un retorno financiero directo, sino por generar reconocimiento social que le da fuerza positiva al grupo y a sus marcas, al hacer de el y de sus marcas una opción que el cliente escoge, lo que culmina con un retorno financiero. Un proyecto social no solo sigue las expectativas sociales y atiende la legislación vigente, sino que también se preocupa por el reconocimiento positivo que este proyecto puede generar, se preocupa aún más por los efectos negativos que se pueden generar si el proyecto no cumple y falla. (Giuliani, Monteiro y Zambon, 2022)

Justificación

Se da a conocer la investigación sobre el mercadeo social y corporativo, debido a que se evidencia en el contexto a nivel nacional siendo este Colombia, en donde los lugares con más acceso a la educación y mejores estratos es donde se aplica el Mercadeo social, un ejemplo; Las zonas del norte, en donde sus habitantes impulsados por diferentes colectivos, se enfocan en embellecer su entorno, en donde ante su nivel educativo tienen oportunidades y no enfrentan problemas como por ejemplo los robos, fealdad en sus vecindarios, ya que su población tiene buenas prácticas de comportamiento, además de que las empresas de su entorno usan diferentes prácticas de mercadeo social para seguir controlando el buen estado de su contexto, ahora por otra parte zonas populares o del sur, en donde las empresas no se preocupan por su entorno del cual se enriquecen, también se evidencian ciudadanos de este contexto despreocupados por cuidar su entorno, los cuales arrojan basuras, pintan las paredes, vandalismo y robos, que se deben al desempleo y el tiempo libre que esto trae, además de la escasez económica causando así la acción desesperada de robar , además de la falta de oportunidades, en donde el mercadeo social entra a ser un reto para las empresas pero que se puede trabajar y así generar beneficios, tenemos zonas abandonadas tanto por sus propios habitantes como por su mercado empresarial, en donde nadie se preocupa por lo de nadie y todos se acostumbran a vivir en estas condiciones, el mercadeo social es la clave para dichas problemáticas mencionadas.

Según ha señalado Riaño (2013) en Crepes & Waffles de Colombia se maneja el mercadeo social, en donde la empresa realiza préstamos sin interés a sus empleados, también pueden abrir una cuenta de ahorro por dos o tres años en donde el valor que ahorran es la cuota inicial de su vivienda y la empresa les realiza el préstamo del dinero restante, además de tramitar el subsidio que da el gobierno para tener casa propia, por este préstamo no cobran ningún tipo de

interés, además ofrecen toda la asesoría en todos estos trámites, la empresa negocia con las constructoras consiguiendo reducciones en los precios o regalos adicionales por parte de las constructoras para sus futuros dueños. También los empleados luego de un año de antigüedad cuentan con medicina prepagada, y la motivación para todo esto es que los empleados puedan crecer y tener una mejor calidad de vida.

En este aspecto vemos como una empresa aplica el mercadeo social con sus clientes internos, lo cual genera beneficios para ella misma además de los beneficios para su contexto, pues genera prosperidad y además de la motivación de sus empleados al trabajar, también dichos empleados se esforzarán más por conservar su trabajo brindando así una estabilidad laboral a la empresa.

Según menciona Aliaga (2024) mediante su publicación en la página de Inesem Business School, que en un mundo más competitivo, el marketing social crea una buena imagen de la empresa que lo implementa fortaleciendo el valor percibido de la marca una campaña de mercadeo social no requiere de una gran inversión y si da a conocer de manera eficiente la empresa pues llega a un gran número de personas, estudios de neuromarketing muestran que las decisiones de compra son en gran parte irracionales y están influenciadas por las emociones y los sentimientos por lo tanto una buena estrategia de marketing social puede ayudar a activar el componente emocional del cliente el apoyo a los problemas sociales muestran al cliente que hay personas preocupadas por estas problemáticas y la sociedad y que buscan mejorar día a día humanizando y concientizando a la población.

Objetivos

Objetivo general

Analizar el impacto del mercadeo social en la estrategia de responsabilidad corporativa de empresas colombianas en sectores estratégicos, identificando prácticas, beneficios y desafíos en su implementación.

Objetivos específicos

Caracterizar las estrategias de mercadeo social implementadas por empresas de los sectores tecnológico, financiero y agroindustrial en Colombia durante el periodo 2023-2024.

Evaluar la relación entre las iniciativas de mercadeo social y el desempeño de la responsabilidad corporativa en las organizaciones seleccionadas.

Determinar los factores críticos que facilitan o limitan la efectiva integración del mercadeo social en las estrategias corporativas de los sectores estudiados.

Marco Teórico

Marketing Social

Según señalan Kotler y Levy (1969) el mercadeo social se originó en Estados Unidos de América, enfocado en la resolución de conflictos sociales, como los que se Vivian en aquella época originados por la guerra de Vietnam y posteriormente por el escándalo de Watergate, en 1971 Kotler y Zaltman fueron los primeros en usar el termino marketing social, el cual fue un medio para llegar a más personas, a fin de generar cambios positivos y eliminar aquellos comportamientos y prácticas rechazada socialmente. Tales como el consumo del tabaco o la contaminación ambiental. El marketing social se relaciona estrechamente con factores legales, económicos, tecnológicos e informativos y su finalidad es una Transformación Social sostenible de la sociedad en su conjunto, en los últimos años las investigaciones dirigidas al marketing social se han enfocado en mejora de la salud, protección del medio ambiente seguridad y sociedad hablando de temas como por ejemplo la donación de sangre y órganos.

Diferentes estadísticas y medios nos muestra que las zonas más populares como las zonas del sur son las que más problemáticas enfrentan, llamémoslo: Robos, basuras en los parques, fumadores, drogadicción, alcoholismo, riñas, pobreza, falta de conocimiento por parte de sus habitantes, entre muchas otras además de algo que se percibe a nivel mundial y no solo en Colombia que es los cambios drásticos en el clima, pues en el primer trimestre del año afrontamos grandes emergencias por incendios forestales y sequias, ahora en el trimestre actual enfrentamos las inundaciones y bajas temperaturas, además de la deforestación, en fin, el desgaste ambiental y el desequilibrio del mismo lo estamos causando los ciudadanos y las grandes empresas, de esta manera se da a conocer el mercadeo social y corporativo en donde las empresas deben tener una iniciativa para disminuir todas estas problemáticas del entorno del cual

se benefician económicamente para así garantizar un futuro de sostenibilidad a las futuras generaciones.

Según señala Moyano (2023) en su artículo publicado en LinkedIn, titulado; Impacto más allá de las ventas: La importancia del Marketing social. El mundo cada vez es más consciente de los problemas sociales y ambientales, el marketing social es una herramienta que tiene el poder de impulsar cambios significativos en la sociedad, a diferencia que el marketing tradicional que se centra en promover productos y servicios. El marketing social está enfocado en abordar y resolver problemas sociales, fomentar cambios de comportamientos y promover causas nobles.

Según señala Moyano (2023) el marketing social se apoya en la idea de que las empresas son un ente que pueden impulsar cambios sociales, en donde la marca se alinea con los valores y causas sociales relevantes, el fin del mercadeo social es impulsar cambios positivos y amigables con el medio ambiente, la educación y la justicia social, su objetivo es generar un cambio de comportamiento en las personas a través de campañas persuasivas para minimizar problemas sociales, por ejemplo fomentar hábitos saludables o también la igualdad de género, entre muchas otras problemáticas sociales. Los beneficios tangibles que deja para la empresa al asociarse con causas sociales son una buena reputación, lealtad y preferencia por parte de sus consumidores, las investigaciones muestran que los clientes prefieren las marcas que se preocupan por el bienestar social, traduciéndose para la empresa en el aumento de ventas y crecimiento empresarial.

Adicional Moyano (2023) menciona que las estrategias efectivas del marketing social son identificar una problemática alineada con los valores de la empresa, crear mensajes persuasivos para el cliente, elegir el modo de comunicación adecuado, buscando alianzas con empresas o

influencers, finalmente medir los resultados una vez implementada la estrategia de marketing a fin de saber si está generando beneficios para la organización y para la sociedad.

Según Carhuaz y Capurro (2018) el marketing ha tenido una evolución a través de los años, y ha ocasionado el surgimientos de nuevas tendencias de aplicarlos, aquí se habla del marketing social el cual tiene su origen en el año 1960, y nace como instrumento aplicable a la resolución de los problemas sociales, así que en esta investigación se confirma de que más allá de que el marketing social tenga como objetivo la solución de problemas sociales, además de que su objetivo es su razón de ser, y con ese fin se creó para satisfacer la necesidad de la resolución de problemas sociales, por tanto estas razones motivaron su aparición.

Según mencionan Kotler y Levy (1969) el término marketing tiene dos significados: Primero está relacionado con la venta, logística y persuasión del cliente, segundo tiene la finalidad de satisfacer las necesidades de las personas y generar cambios en sus vidas por medio de actividades educativas, culturales y sanitarias. No solo busca que se cumplan los intereses corporativos sino también de la sociedad de su contexto.

Responsabilidad social empresarial

Según ha señalado la Fundación red de árboles (2023) la responsabilidad social empresarial surge en estados unidos a inicios de los años 60, a raíz de conflictos como la guerra de vietnam o el Apartheid, la responsabilidad social ha sido impulsada para mejorar y ayudar con temas de la salud de los empleados, cambio climático, la preocupación por el bienestar del consumidor, la responsabilidad social ha generado una nueva filosofía empresarial, y la modificación de la misión y visión en las empresas, ser socialmente responsable no es solo cumplir con las obligaciones jurídicas sino ir más allá de su cumplimiento ayudando al capital humano, prácticas empresariales respetuosas con el medio ambiente, esto aumenta la

competitividad de las empresas, cada vez son más las empresas que no solo se enfocan en la parte de los beneficios económicos sino también en aspectos sociales y medioambientales.

La metodología en la realización de la elaboración de un proyecto de responsabilidad social empresarial inicia desde un análisis al entorno externo de la empresa, su análisis interno y establecer los objetivos y la misión, luego de esto se establece la formulación de las estrategias con la cual se logrará el objetivo, todo esto va a ir enfocado a beneficiar a un grupo de personas como, por ejemplo: A los empleados, clientes, accionistas, proveedores, etc. De esta manera se crean las estrategias de responsabilidad social empresarial las cuales serán económicas, ambientales y sociales, esto genera para la empresa ventaja competitiva, garantiza su sostenibilidad y supervivencia en el mercado.

Clasificaciones teóricas sobre la Responsabilidad Social Empresarial

Según Carroll, Lantos y Garriga (2024), existen diferentes revisiones bibliográficas que clasifican estas teorías, estas clasificaciones buscan entender el comportamiento de las empresas, invirtiendo recursos en RSE, para las actividades de carácter económico o aquellas de carácter netamente social y ético.

Clasificación 1. Carroll (1991) nos da a conocer 4 tipos de acciones de responsabilidad social que gestionan las empresas:

Responsabilidades económicas. Busca que sea rentable para todos los accionistas, entregar buenos trabajos a los empleados, y producir productos de calidad para los clientes.

Responsabilidades legales. Se busca cumplir las leyes y las reglas del juego preestablecidas.

Responsabilidad filantrópica. Se deben hacer contribuciones voluntarias a la sociedad dándole tiempo y dinero como una buena obra.

Clasificación 2. Lantos (2001) dice que hay 4 focos de compromiso de recursos en actividades de responsabilidad social:

Visión de generación de ganancias como fin único. Esta visión está enmarcada en el ámbito económico de la RSE, en donde la generación económica es el objetivo de la empresa y su único deber con la sociedad es respetar las leyes vigentes, aquí el pensamiento es generar el máximo de utilidades mientras se respeten las leyes.

Visión de generación de ganancias en un ámbito limitado. Además de cumplir la ley la empresa se entiende como una empresa que respeta las leyes, pero también las normas tácticas dadas por el entorno en donde se desenvuelve.

Visión de bienestar social. Aquí se lleva la ética a un nivel superior, donde la empresa debe estar consciente del daño que puede causar a la sociedad y hacerse responsable de él.

Visión de empresa al servicio de la comunidad. Corresponde a una visión altruista donde la empresa debe usar sus recursos de la manera más eficiente con el de generar bienestar a la sociedad.

Clasificación 3. Garringa y Mele (2004) En esta tercera clasificación se resalta la rigurosidad formal y amplio poder explicativo, se analizan distintos tipos de trabajos de responsabilidad social empresarial en torno a 4 tipos de teorías:

Responsabilidad social empresarial y creación de riqueza, y solo el aspecto económico es el que importa en la interacción de la empresa con la sociedad.

Teorías integradoras. Garringa y Mele (2004) aquí se aplican las actividades de responsabilidad social empresarial con el fin de integrar diferentes demandas sociales, entre estas demandas destaca el cumplimiento de las leyes, políticas públicas y la gestión balanceada de los intereses particulares de los grupos de interés de una empresa.

Teorías de carácter político. Garringa y Mele (2004) Se habla sobre el poder social que adquiere la compañía en su interacción con la sociedad, se habla sobre el poder e influencia que tiene cada empresa sobre la economía, a (Davis, 1960; Donaldson y Dunfee, 1994; Wood y Lodgson, 2002). Aquí la empresa se ve presionada por la sociedad a dirigir sus acciones en asegurar la colaboración social. En este enfoque no se requiere necesariamente la creación de riqueza para ser considerado como empresa responsable.

Conformado sobre las teorías sobre ética y moral en los negocios. Garringa y Mele (2004) se revisa las actividades desarrolladas de responsabilidad social empresarial en relación con el cumplimiento de los derechos universales, derecho de los respetos humanos, derecho de la fuerza de trabajo, respeto por el medio ambiente, la preocupación por un desarrollo sustentable, que se garantice el desarrollo de las generaciones actuales y las futuras.

La responsabilidad social empresarial en Colombia

Según Fundación Red de Árboles (2024) nace de una intención de los empresarios para mejorar condiciones de los empleados y ayudar a su comunidad lo cual se tradujo en grandes avances en materia laboral, educación, salud y medio ambiente.

Según Fundación Red de Árboles (2024) la evolución de la responsabilidad empresarial en Colombia se divide en tres grandes momentos, el primero sucede cuando la iglesia era el principal destino de las donaciones de los empresarios, luego viene la creación de grandes fundaciones que se encargaban de mejorar el ámbito social y finalmente se crea el consejo gremial nacional encargado de reorganizar y fortalecer los temas sociales de los gremios empresariales.

Según Fundación Red de Árboles (2024) Por otro lado, nuevas corporaciones que de forma privada desarrollan programas de RSE en las empresas, a la vez los empresarios conscientes de la importancia que tenían estos proyectos asisten a foros internacionales que promocionaban diferentes estrategias en materia de derechos humanos y medio ambiente, esto hizo que el interés por la RSE se multiplique en el país.

Menciona Isaza (2014) la RSE se empezó a conocer en Colombia en los años 50, y se empezó a implementar en los años 70 del siglo XX, esto se debe a un proceso que se generó varios años después de estallar el fenómeno histórico de la Revolución industrial, lo cual consolidó algunas de las actividades económicas más importantes y reveló el impacto económico, social y ambiental que crearon estas empresas, y que como consecuencia permitieron a las comunidades exigir el ejercicio responsable de la actividad empresarial. Gracias al concepto de RSE En Colombia se crearon los primeros gremios en el país, las cajas de compensación familiar y las primeras fundaciones, luego surgió un compromiso social hacia los trabajadores y hacia la sociedad. Martínez, Escareño y Casillas (2024)

Impacto del mercadeo social en las estrategias de responsabilidad corporativa de las empresas

La responsabilidad social corporativa es considerada una práctica que genera ventajas competitivas para las empresas, el marketing social es un programa que se encuentra bajo esta perspectiva, y tiene como interés minimizar o eliminar cualquier efecto destructivo y maximizar cualquier beneficio eCCn la sociedad por medio del comportamiento de compra. Se realizo una investigación sobre el comportamiento de compra de los millennials mexicanos y estos estuvieron motivados por aquellas empresas con prácticas de responsabilidad social empresaria y marketing social. En donde se evidencia la forma en que estas prácticas representan para la empresa una ventaja competitiva.

Estrategias de mercadeo social implementadas por las empresas del sector tecnológico, financiero y agroindustrial

Sector tecnológico

Forbes España (2024) Apple utiliza en sus operaciones energía renovable y todo en sus productos desde los materiales hasta el embalaje están diseñados para tener un impacto ambiental mínimo, los sitios de embalaje de Apple están certificados como cero desperdicios al vertedero y ha disminuido el uso promedio de energía del producto en un 70% en los últimos 10 años, también trabaja con sus proveedores para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero en más de 466.000 toneladas de métricas lo que equivale a que 100.000 autos estén fuera de la carretera durante 1 año.

Forbes España (2024) HP, está por delante de su propia curva de sostenibilidad la compañía alcanzo su meta de 100% de deforestación cero con el papel de la marca hp dos años antes de su objetivo, en los últimos años, hp redujo su huella de carbono en un tercio y se aseguró de que el 30% del plástico de sus impresoras se reutilizara en otros artículos, su objetivo es reciclar al máximo los plásticos.

Apreciamos claramente la responsabilidad social de estas compañías, enfocada en la preservación del medio ambiente, y minimizar su impacto en la medida en que producen. Por tanto, estas son marcas que los compradores preferirán frente a otras que no realizan actividades de preservación al planeta.

Sector financiero

Bancolombia (2022) renueva su compromiso de latir al ritmo del corazón de los colombianos, la entidad presenta “Bum Bum”, una iniciativa para unirse una vez más a la realidad de las personas y su interés a lo que las mueve, el propósito del banco en promover el desarrollo económico sostenible para lograr el bienestar de todos, inclusión, cultura y empresas son los beneficiados con este mensaje que se traduce en aportes que apalancan sus necesidades. Dicha contribución se materializa en más de 4 billones otorgados al empresariado. Territorios como los negocios, las pymes y las empresas para las que solo el primer trimestre de este año la empresa desembolso \$4.4 billones buscando acompañar sus necesidades de fortalecimiento.

Davivienda (2024) fue reconocido mundialmente por su compromiso sostenible, la entidad fue incluida por quinto año consecutivo en este índice de sostenibilidad.

Sector agroindustrial

Según Cubika (2024) alquería una de las empresas lácteas más reconocidas de Colombia, tiene programas orientados a la reducción de su huella ambiental, destacando su enfoque en la eficiencia energética y la gestión responsable de agua, ha adoptado tecnologías que permite el uso eficiente de los recursos y la minimización de residuos, además participa activamente en proyectos de reforestación y conservación de cuencas hidrográficas.

Cubika (2024) en términos de sostenibilidad social, Alquería promueve el desarrollo de los agricultores locales a través de programas de capacitación y apoyos financieros, garantizando una cadena de suministro más justa y resiliente. La empresa también ha invertido en iniciativas de bienestar social para sus empleados y las comunidades en las que opera, mejorando las condiciones de vida y promoviendo la educación.

Se evidencia que la relación entre el mercadeo social y la responsabilidad social empresarial, es que las empresas en su compromiso con sus entornos y clientes internos, se enfocan en disminuir de alguna manera alguna problemática , o generar algún beneficio para sus empleados o clientes, en donde se usa el mercadeo social como una herramienta, la cual consolida una metodología para hacer frente a alguna problemática a la vez que se logra la maximización en ventas de la empresa, se enfrenta a el reto de generar una credibilidad por parte de sus clientes y no fallar en sus metas, pues el fallido intento de realizar una estrategia de mercadeo social podría generar una mala reputación para la empresa. Por tanto, es importante tener una buena planeación estratégica.

Casos de responsabilidad social por empresas colombianas

Greentech (2024) Ecopetrol la empresa de petróleo y gas de Colombia ha estado realizando esfuerzos notables para mejorar su desempeño en sostenibilidad, está comprometida con la producción de energía más limpia y la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero, ha invertido en tecnologías avanzadas y prácticas responsables para minimizar su huella ambiental, se destaca como una de las empresas más sustentables de Colombia.

Fundación red de árboles (2023) Popsy es el primer fabricante de helados en Colombia que cambia sus empaques para implementar un ecodiseño conocido como bio papel que reduce el 30% el material plástico que llega al consumidor final, con esto la empresa busca certificaciones que respalden la biodegradabilidad, además de hacer tarros de producto más liviano.

Fundación red de árboles (2023) Bavaria es la ganadora del premio nacional a la responsabilidad ambiental en la categoría de producción más limpia otorgado por la fundación para el desarrollo sostenible, “siembra Colombia”, y la embajada británica con el apoyo del programa de las naciones unidas para el desarrollo, PNUD. El proyecto consiste en producir más cerveza utilizando menos agua, reducir la huella energética y de carbono, fomentar la reutilización de empaques y el reciclaje.

Marco Conceptual

Mipymes en Colombia

“Cortés (2024) argumenta en su publicación en la Página de Bogotá que, para el 27 de junio del 2023, las MiPymes representan el 99,1% del tejido empresarial de Bogotá y la región, Según los datos del registro mercantil de la CCB, las MIPYMES activas a mayo del 2023 alcanzaban la cifra de 397.107, de las cuales 366.532 son microempresas y 23.390 son pequeñas empresas y 7.185 son medianas empresas. Siendo el 54,4% de servicios, 32% comercio y 13,6% industria.”

Ahora se abordarán más en detalles las problemáticas que se presentan en la ciudad de Bogotá, específicamente en empresas del sector agroindustrial y tecnológico.

Contextualización sobre problemáticas

Abordaremos las problemáticas las cuales inciden negativamente en los contextos de las empresas colombianas del sector agroindustrial y tecnológico, en esta investigación se toma como muestra la ciudad de Bogotá, para mostrar al detalle las problemáticas, sus causas y su incidencia sobre el contexto y afectación a las empresas de la zona.

Bogotá está en crisis ambiental por puntos de acumulación de basura que ocasionan enfermedades

Infobae (2024) Existen más de 600 focos de acumulación de basuras en donde los ciudadanos levantaron la voz para solicitar ayuda a la alcaldía, de acuerdo con una investigación adelantada por City tv, hay 667 puntos críticos en donde los ciudadanos arrojan basuras de forma clandestina, su recolección y manejo es complicado, el mal manejo de estos residuos trae plagas como roedores e insectos. Se percibe la falta de conciencia de la ciudadanía, pues no hay cultura de reciclaje, separación de residuos y mucho menos el manejo adecuado de basuras, los

ciudadanos han publicado en las redes los hallazgos de esta problemática, en lo cual se destacan los barrios de: Tunjuelito, Venecia y el barrio san Benito entre muchos más, los cuales tiene el problema de olores nauseabundos además de los residuos que afectan el medio ambiente. Hay alerta porque las problemáticas de las ratas no solo afectan esta zona, sino que ya se desplazó al norte de Bogotá, lo que llamó la atención de las autoridades, las cuales están implementando actividades de limpieza para evitar un problema de salubridad mayor. Aquí se hace énfasis en que todas las empresas de esta zona deberían manejar el mercadeo social a fin de solucionar problemáticas del contexto del cual se benefician.

Infobae (2024) Hubo un registro de una plaga de ratas en plena calle 72 con carrera séptima, zona financiera, lo cual se viralizó en redes y por lo cual la alcaldía se pronunció, asegurando que las plagas no solo afectaron este punto sino El codito y la avenida Boyacá.

Aumento de habitantes en condición de calle en Bogotá

Francy Agudelo (2024) En el 2017 se encuestaron a 9.538 personas aproximadamente 2.000 menos que en el 2024, ahora tenemos un total de 11.260. El objetivo de este censo es reducir las formas de exclusión en la ciudad con esta población, una iniciativa que forma parte del plan de desarrollo 2024-2027, mediante los resultados de las investigaciones referentes a factores de permanencia, perfiles de salud mental, y consumo de sustancias psicoactivas, será la base para el inicio de una estrategia de prevención. Las localidades más afectadas por esta problemática son: Los Mártires, Santa Fe, Kennedy y Puente Aranda, Sin embargo, otros sectores que están viendo un aumento en sus cifras son Bosa, Suba y Fontibón. Por otro lado, a pesar de ser una de las localidades con mayor número de habitantes, Teusaquillo, junto con Los Mártires y Santa Fe, ha registrado una reducción de esta población, especialmente en las áreas ubicadas en el centro de la ciudad.

Revista Temas Socio Jurídicos (2013) Los habitantes de calle han sido un grupo socialmente excluido ya que debido a su forma de vida no aportan al desarrollo colectivo de la comunidad donde se encuentran, en el día a día el uso de apelativos contra estas personas como por ejemplo “Desechables”, es una amplia aceptación en Colombia para referirse a los habitantes de calle, el origen de la exclusión social de los habitantes de calle está relacionado con su escasez de recursos económicos suficientes para vivir en condiciones de dignidad, los habitantes de calle se consideran como sujetos que no tienen derecho a tener derecho.

Revista Temas Socio Jurídicos (2013) La corte constitucional en su jurisprudencia define a los habitantes de calle como un grupo de personas que carecen de capacidad económica para sobrellevar una vida digna, por razones físicas o de salud les resulta imposible.

La drogadicción en Colombia

GOV.CO (2024) En Colombia se inicia el consumo de sustancias psicoactivas desde los 13 años aproximadamente justamente entre la infancia y la adolescencia alrededor de 8000 personas se inyectan drogas ilícitas en ciudades como Armenia, y Cúcuta, Cali, Medellín, Bogotá y Pereira. 'Tejiendo Red' se enmarca en el eje 4 de la Política Nacional de Drogas 2023-2033, que se basa en el cuidado integral de la salud pública, así como los riesgos y las vulnerabilidades frente al consumo de drogas.

GOV.CO (2024) Situación de consumo de drogas en Colombia: Se considera un problema crítico el consumo de drogas en el país, no por el aumento de su uso sino por las graves consecuencias que trae como problemas a la salud, adicional a los problemas sociales que trae, el aumento de consumo se debe no porque las personas consuman más sino porque los mercados de dichas drogas cada vez son más amplios.

Algunas personas usan las drogas en un momento de su vida, en una etapa, pero logran dejarlas naturalmente por el contrario otras quedan ligadas a su consumo sin poder renunciar a esto de forma voluntaria, por la ansiedad y dependencia que esto les causa.

El consumo con frecuencia afecta la salud, relaciones laborales, sociales, familiares y académicas, debido a el comportamiento dependiente de la droga y a su falta de criterio y forma de pensar, pues la droga anula el pensamiento, la reacción además de la agilidad.

El consumo de las drogas causa afectaciones en la salud, problemas en las relaciones sociales, familiares, académicas y laborales. Debido al comportamiento toxico que es consecuencia del consumo como por ejemplo la ansiedad, falta de criterio, falta de reflejos y la anulación de sus sentidos.

La prostitución

Consejo de Bogotá (2024) En Colombia se percibe esta problemática, en donde en diferentes zonas de las ciudades se percibe, si bien hay mucha gente buscando estos servicios hay muchas más que lo desaprueban, esto se traduce en que hay muchas empresas, negocios, locales que están ubicados cerca de donde se presta el servicio de prostitución, y esto es negativo para estos negocios, pues las personas que desaprueban este tipo de servicio se alejan de estas zonas donde de esta manera las empresas cercanas a estas zonas se ven afectadas y así pierden a sus posibles clientes, traduciéndose en una disminución de ingresos económicos, y aumentando el riesgo de quiebra por la disminución en las ventas.

Consejo de Bogotá (2024) Explotación de menores en Bogotá, un problema oculto detrás de la prostitución: El 19% de las personas que se dedican a la prostitución recibieron un pago entre los 10 a los 17 años, lo cual es muestra de que empezaron por diferentes causas en esta actividad desde muy jóvenes.

Consejo de Bogotá (2024) Causas de la prostitución: el 50% de las víctimas de explotación sexual y comercio infantil provienen de familias que no tienen cubiertas las necesidades básicas, de familias disfuncionales y con violencia intrafamiliar, el 70% de las víctimas fueron engañados con problemas de falsos empleos y concursos de belleza, el 69% fueron mujeres adolescentes las más afectadas, en Bogotá entre en 2020 y 2024 se presentaron al menos 579 víctimas de explotación sexual.

Consejo de Bogotá (2024) La concejal Clara Lucia resalto que existe una preocupante situación en la relación entre la prostitución y la explotación infantil en Bogotá, Algunos argumentan que estas dos problemáticas no se relacionan, basándose en que la prostitución de realiza de manera libre y vocacional, pero el estudio se basó en unas cifras, las cuales se perciben que estas personas recibieron dinero aun siendo menores de edad, adicional a esto los métodos de captación también son engañosos y alarmantes, también algunos estudios de web cam, utilizan ofertas engañosas para atraer a menores y explotarlos sexualmente, En el artículo se señaló que la protección de menores debe ser una prioridad para Bogotá, que no podemos ser indiferentes ante el hecho de que niños y adolescentes están siendo explotados para satisfacer las necesidades perversas de otros y engrosar los bolsillos de las mafias criminales.

Inseguridad en Colombia

Seguridad superior (2022) Hace muchos años la inseguridad es un problema complejo de Colombia, involucra múltiples factores, Según los datos compartidos por el estado, el índice de delitos violentos ha disminuido en los últimos años, pero sigue siendo alto si es comparado con los otros países de la región.

Las causas detrás de los problemas de inseguridad

Violencia armada. Esto ha aumentado la delincuencia en Colombia, debido a los conflictos que generan a diario las guerrillas y los grupos paramilitares, por su lucha constante por el control de los territorios y recursos, esto ha generado un alto nivel de homicidios y otros delitos violentos en el país.

Pobreza y desigualdad social. Ha contribuido a que la inseguridad en Colombia se dispare, esto se debe a que las personas que viven en áreas pobres y rurales a menudo carecen de acceso a servicios básicos como educación y salud, y tienen menos oportunidades de mejorar su situación económica.

Desempleo. Muchos son los casos de colombianos que, debido al desespero al no contar con ingreso económico, elijen recurrir a la delincuencia para sobrevivir, esta situación se ha convertido en algo recurrente en la actualidad.

Cifras sobre el nivel de inseguridad en Colombia. Según DANE (2022) Aunque es un poco complejo proporcionar cifras precisas, la empresa Seguridad superior realizo un resumen sobre los datos de los delitos más comunes y las últimas cifras compartidas por el ministerio de defensa, la defensoría del pueblo, medicina legal, la Policía nacional y el departamento administrativo nacional de estadística, estas son:

Homicidios: 9.844

Robo con violencia: 148.709

Robo a viviendas: 20.275

Los delitos ocurren en mayor frecuencia los fines de semana, y los robos a viviendas se presentan entre las 12 y 1 am, 10 a 11am y 2 a 3 pm.

Desempleo

Infobae (2024) Este bajo en comparación con el año 2023, pero al final sigue estando el problema del desempleo, la desocupación de las principales ciudades del país fue del 9,2% según los informes más recientes, en Colombia la tasa de desocupación en las principales ciudades y áreas metropolitanas mostro una ligera mejora pues el año pasado en estas fechas fue de 9,6%.

Según Generatiun España 2024, el desempleo es una problemática a nivel mundial sus causas son:

Fluctuaciones económicas. Durante los periodos de la recesión económica, las empresas se enfrentan a un descenso de los beneficios, una reducción del gasto de los consumidores, y a menudo una reducción de los mercados, esto da a lugar medidas de recorte de costes, como despidos o congelación de la contratación, ya que las empresas se esfuerzan por mantener una estabilidad financiera, por el contrario, en épocas de economía buena, el aumento de las demandas es un generador de empleo, pues las empresas necesitan aumentar la mano de obra para enfrentar la demanda de los consumidores, estos cambios influyen directamente en la tasa de desempleo, por lo que las fluctuaciones económicas son un factor fundamental en el ascenso y descenso en los niveles del desempleo.

Avances tecnológicos. Al tiempo en que esto beneficia el progreso y la eficiencia, conduce al desempleo, a medida que las industrias innovan y adoptan nueva tecnología, algunos empleos quedan obsoletos, aunque el avance tecnológico crea nuevos tipos de empleos e industrias, estas transformaciones pueden ser difíciles y a menudo dejan vacíos en el empleo.

Globalización. Esto hace que los puestos de trabajo se desplacen a lugares donde la mano de obra es más barata. Creando desempleo en ciertas zonas. Y empleo en otras.

Pobreza

En el 2020, debido a la pandemia en el mundo, el nivel de pobreza en Colombia aumento, aunque al 2024 ha ido disminuyendo la cifra aún existe un alto nivel, de hecho, según la editorial La República, el ranking de países con mayores niveles de pobreza, Colombia ocupa el segundo lugar con el 30% de su población en esta condición. En el 2023 la pobreza monetaria en Colombia se único en 33,0%, disminuyendo 3,6 puntos porcentuales respecto al 2022, la cual era de 36,6% la pobreza extrema después de aumentar en el 2022 , en el 2023 disminuyo 2,4 puntos porcentuales, ubicándose en 11,4% traduciéndose en que 1,6 millones de personas salieron de la pobreza, de las cuales 1,1 millones lograron superar la pobreza extrema, los buenos resultados del mercado laboral desempeñaron un papel importante en el aumento de los ingresos de los hogares, especialmente en los más vulnerables.

Los problemas ambientales

El estado del planeta se encuentra en un momento de crisis, con una triple amenaza que pone en riesgo la supervivencia de millones de personas, estas son:

Cambio climático. Bustos (2024) Es una realidad, la temperatura de la tierra ha aumentado casi 1 grado desde mitades del siglo pasado, a causa del exceso de gases de efecto invernadero, lo que está perjudicando tanto a nuestros ecosistemas como a nuestros modos de vida, la perdida de hielo en los polos, el aumento del nivel del mar, el calentamiento de la atmosfera y los océanos de nuestro planeta, son evidencias del cambio climático, es fundamental un cambio a un nuevo modelo energético, que este basado en la eficiencia y las energías renovables.

Bustos (2024) La ciencia ha sido muy clara en decir que si desde ahora hasta finales del siglo permitimos que la temperatura media de la tierra (14°C) aumente más de un grado y medio, los sistemas ecológicos se verán comprometidos, el calentamiento afectara principalmente a los problemas más empobrecidos, pero los países industrializados también sufrirán los impactos, en España ya se está percibiendo la perdida masiva de biodiversidad y de litoral marino, aumento de incendios forestales, aumento de las olas de calor y de fríos.

Perdida de naturaleza y biodiversidad. ONU (2021) La explotación del medio ambiente ha llegado a extremos casi insostenibles, cada año se pierden cerca de 4.6 millones de hectáreas de bosques, en el último siglo la mitad de los humedales y arrecifes de coral del planeta fueron destruidos.

ONU (2021) El deterioro de los ecosistemas genera una reacción en cadena catastrófica, sin suelos sanos y sin los bosques, los gases de efecto invernadero se almacenan en la atmosfera y producen condiciones ambientales hostiles en las que la biodiversidad disminuye y los patógenos se propagan, esto amenaza el desarrollo de la vida en su totalidad, por esto se debe revertir el daño causado a los ecosistemas con urgencia.

Contaminación y residuos. IPBES (2024) El 66% del área oceánica se ve afectada por las actividades humanas, por ejemplo, las pesquerías y la contaminación, estamos siendo testigos de un peligroso declive en la naturaleza y la causa son los seres humanos, Estamos utilizando recursos equivalentes a 1,6 tierras para mantener nuestro estilo de vida actual, y los ecosistemas no pueden soportar el ritmo acelerado de nuestro consumo, se estima que 1 de los 8 millones de especies de fauna y flora en el mundo están en peligro de extinción.

El 75% de la superficie terrestre del planeta ha sido afectada significativamente por las acciones humanas, incluido el 85% de las áreas de humedales, (IPBES).

Cerca del 90% de las poblaciones de peces marinos del mundo están siendo explotadas a su máxima capacidad de regeneración, están ya sobreexplotadas o agotadas, (UNCTAD, Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo).

Nuestro sistema alimentario mundial es el principal responsable de la pérdida de biodiversidad y tan solo la agricultura por si sola supone una amenaza identificada para 24.000 de las 28.000 especies en riesgo de extinción, (UNCTAD, Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo).

Incendios forestales en Colombia

En enero del presente año, comenzó una serie de más de 340 incendios forestales, que quemaron 900m (3000 pies) áreas residenciales y afectaron a 174 municipios del país, Bogotá fue afectado por el incendio en los cerros orientales. El presidente Gustavo Petro declaró situación de desastre natural y estado de emergencia por la situación del país, lo cual libero fondos para combatir los incendios, el 26 de enero del 2024 138 vuelos del aeropuerto internacional el Dorado fueron afectados y volvieron a la normalidad el día siguiente, fueron arrestadas 26 personas por delitos relacionados con incendios, los más afectados por los incendios fueron los frailejones. (Archila 2024)

Según la Unad 2024, Colombia enfrenta un aumento considerable en los incendios forestales, lo cual tienen diferentes causas y que amenazan la biodiversidad y la salud pública, la docente Andrea García Cabana líder nacional del programa de ingeniería Agroforestal de la Unad, nos ofrece un panorama sobre esta crisis. (Archila 2024)

Las principales causas de los incendios forestales en Colombia son las quemas agrícolas descontroladas, actividades ilegales como la deforestación y la minería y el descuido humano, incluyendo los actos criminales, en el momento de escribir esta reseña había 31 incendios activos en el país, en el primer semestre del 2023 se registraron más de 2000 incendios afectando zonas rurales y áreas naturales protegidas, el cambio climático agrava la situación. Creando condiciones de sequía, adicional al fenómeno del niño, aumentan el riesgo de los ecosistemas al fuego. (UNAD 2024)

Las regiones más afectadas por los incendios incluyen la Amazonia, los llanos orientales, la región andina y parte de la sierra nevada de santa marta. Esto destruye habitas de flora y fauna aumentando el riesgo de extinción de especies, además que la inhalación de humo afecta la salud pública, causando problemas respiratorios principalmente en niños y ancianos.

Figura 1

Frailejones



Nota: Frailejones de Bogotá, luego de los incendios forestales de Enero del 2024. Fuente: Caracol radio.

Marco Contextual

Ubicación y límite territorial

la investigación se desarrolla en el país de Colombia en donde se toma como ejemplo de muestra la ciudad de Bogotá, en donde el mercadeo específicamente de agroindustrial y el tecnológico son los afectados directamente con las problemáticas percibidas en la zona.

Colombia

Oficialmente república de Colombia, país soberano situado en la región noroccidental de América del sur, Se constituye en un estado unitario, social y democrático de derecho, cuya forma de gobierno es republica presidencialista por sufragio directo, de 4 años de mandato y sin posibilidad de reelección presidencial, su capital y ciudad más poblada es Bogotá, tiene 32 departamentos centralizados y el distrito capital de Bogotá sede del gobierno nacional, incluye la isla de Malpelo, el Cayo Roncador, y el Banco Serrana, el país abarca una superficie de 1 141 748 km² por lo cual es el país vigésimo quinto más grande del mundo, y el séptimo más grande de América, Reclama como mar territorial el área hasta las 12 millas náuticas de distancia, manteniendo un diferendo limítrofe al respecto con Venezuela y Nicaragua (Wikipedia, 2025).

Limita al norte, con el océano Atlántico; al este, con Venezuela y Brasil; al sur con Perú y Ecuador; y al oeste, con el océano Pacífico y Panamá. Tiene costas en el océano Pacífico y acceso al Atlántico a través del mar Caribe, donde posee diversas islas como el archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina. (Wikipedia, 2025).

Es el vigesimoséptimo país más poblado del mundo, con una población de 52 millones de habitantes, además es la segunda nación con más hispanohablantes, detrás de México. Posee una población multicultural, la cual refleja la influencia de la colonización europea a gran escala, pueblos nativos y mano de obra africana, con oleadas migratorias provenientes de Europa y Oriente Medio durante los siglos XIX y XX (Wikipedia, 2025).

Figura 2

Colombia.



Nota: Ubicación del país de Colombia. Fuente: Google maps.

Bogotá D.C

Oficialmente: Bogotá Distrito Capital, antes llamada; Santafé de Bogotá, es la capital de la república de Colombia y del departamento de Cundinamarca, goza de autonomía para la gestión de sus intereses dentro de los límites de la constitución, constituida por 20 localidades, es el epicentro político, económico, administrativo, industrial, artístico, cultural, deportivo y turístico del país, Bogotá fue fundada como capital del Nuevo Reino de Granada el 6 de Agosto de 1538 por el conquistador español Gonzalo Jimenez de Quesada, después de una dura expedición en los Andes, Tiene una longitud de 33 km de sur a norte, y 16 km de oriente a

occidente. Como capital, alberga los organismos de mayor jerarquía de la rama ejecutiva. Se destaca por su fortaleza económica, facilidad para crear empresa y hacer negocios, la madurez financiera, es el principal mercado de Colombia y de la región Andina. (Wikipedia, 2025).

Figura 3

Bogotá D.C



Nota: Ubicación de la ciudad de Bogotá D.C. Fuente: Google maps.

Marco Metodológico

Tipo de Investigación

en esta monografía se maneja la investigación mixta, pues se hizo con datos cualitativos como cuantitativos, en donde se analizó información de diferentes fuentes, llegando a uno análisis y conclusiones.

Investigación cualitativa

Método de observación y recopilación de datos no numéricos, se usa método de recolección de datos como entrevistas, encuestas, grupos de discusión o técnicas de observación. La información se interpreta y se busca su significado la cual produce una determinada cultura o ideología, se usa principalmente en las ciencias sociales. Se basa en estudios de caso, experiencias personales, historias de vida. (Wikipedia 2024).

Investigación cuantitativa

Esta consiste en recolectar y analizar datos numéricos, este método es ideal para identificar tendencias y promedios, realizar predicciones, comprobar relaciones, y obtener resultados generales de poblaciones grandes. (QuestionPro 2024).

Método de Investigación

Para la investigación se usó información de tipo cualitativa y cuantitativa, las cuales permitieron el análisis de diferentes conceptos sobre la temática y la identificación de la necesidad de la investigación y su importancia al aplicarla en el contexto real.

Población

La población que se estudió en esta investigación son las empresas colombianas, específicamente el sector agroindustrial y tecnológico, tomamos como muestra la ciudad de Bogotá para plasmar la idea central de la investigación y mostrar la importancia de la responsabilidad social de las empresas en la aplicación del mercadeo social como una herramienta, tanto en esta zona como en cualquier empresa de cualquier contexto.

Fases del Proyecto

Identificación del problema y de los objetivos de la investigación

El tema del mercadeo social se compone de un problema y este es el no aplicarlo lo cual trae consecuencias negativas para su contexto, en donde se ve una realidad de problemáticas tanto para el contexto del mercado lo cual trae consecuencias negativas para la misma empresa.

Diseño del plan de investigación

Se determino el tipo de investigación, a que tipo de empresas iba dirigido, y sobre qué ciudad y lugar se podía poner el contexto para dar a entender la idea final de la investigación.

Recopilación de datos

Se tomaron datos del curso de Opción de grado y mercadeo Social brindado por la Universidad Nacional abierta y a distancia los cuales fueron las bases para construir la investigación adicional se tomaron en cuenta muchas fuentes de información sobre los temas, publicados en noticieros y páginas web, adicional al conocimiento de diferentes periodistas y universidades que hablan sobre el tema clave en esta investigación.

Análisis de datos

Una vez obtenida toda la información se dan los resultados y conclusiones sobre la temática del mercadeo social, mostrando la manera en que cualquier empresa debe usarla como una herramienta para solucionar problemáticas del entorno y adicional servirá como una ventaja competitiva para cualquier organización frente a la competencia.

Presentación del informe con los resultados

Elaboración de un documento final de recopilación, análisis, conclusiones y recomendaciones de la investigación realizada.

Desarrollo de la monografía

Fases

Identificación del problema

Se toma como base la información suministrada por el curso de mercadeo social brindado por la universidad, en donde este curso resalta la manera en cómo opera el mercadeo social y el mercadeo social corporativo o con causa, de tal manera que aquí surge el problema, pues de toma para esta investigación el país de Colombia y como muestra de un ejemplo claro tenemos la ciudad de Bogotá, allí muchas de las empresas de diferentes sectores solo producen y generan ganancias pero no aportan nada a la sociedad de la cual se benefician, tenemos el problema de la falta de responsabilidad corporativa por parte de las empresas y la falta de uso de una herramienta eficaz como el mercadeo social, tenemos datos como los del canal RCN, en donde en una entrevistas realizan un informe, el cual resalta la percepción que tienen los extranjeros sobre el centro de Bogotá, el cual es el centro histórico y de cultura pero que ha sido vandalizado, se encuentra invadido por habitantes de calle, prostitución, basucas y zonas como parques en mal estado, se percibe inseguridad en la zona además de la prostitución que se evidencia en algunas zonas del centro, toda esta información es proporcionada por el canal RCN, hay en este documento un detallado sobre las problemáticas, su descripción y causas además de sus consecuencias. Se sobre la crisis en Bogotá por la acumulación de basuras que ocasionan enfermedades, la información nos la proporciona City Tv, quien menciona que existen más de 600 focos de acumulación de basuras, en donde los ciudadanos levantaron la mano para pedir ayuda a la alcaldía, pues el mal manejo de los residuos ha traído en diferentes sectores de la ciudad plagas como roedores e ineptos, la falta de cultura ciudadanía, barrios como Tunjuelito, Venecia y el barrio San Benito, entre muchos más tienen el problema de olores nauseabundos que afectan el medio ambiente, Infobae menciona que hubo un registro de plagas en plena calle

72 con carrera séptima, zona financiera, situación que se viralizo en redes y por lo cual la alcaldía se pronunció, resaltando que esta no es la única zona afectada por la problemática. Otras problemáticas como el aumento de habitantes de calle, en el 2017 se encuestaron a 9.538 personas aproximadamente, 2.000 menos que en el 2024, ahora esta cifra aumento a 11.260, el objetivo de esto es reducir esta cifra, el trabajo en el mejoramiento de la salud mental y la reducción de sustancia psicoactivas, será vital para enfrentar la situación (Francy Agudelo 16 de Oct del 2024). La drogadicción en Colombia causada por problemas de violencia intrafamiliar, pobreza y situación de calle, falta de educación, lo cual trae a su vez comportamiento agresivos, aumento de la población habitantes de calle, por ser estos individuos incapaces de trabajar, pierden sus sentidos y su inteligencia es opacada por los efectos de las drogas, causando problemas familiares, abandono y rechazo por parte de sus familias y de la sociedad. La prostitución una problemática más pues según el consejo de Bogotá, muchas personas son llevadas con engaños a estas prácticas además de que muchas de estas personas fueron iniciadas en la actividad siendo menores de edad. Muchos problemas más como el desempleo, causado por la pandemia, la falta de una buena economía, los avances tecnológicos que, si bien traen beneficios de rendimiento y efectividad para las empresas y nuevos empleos, también otros muchos empleos son los que quedan obsoletos. Y el problema más preocupante a nivel mundial y el más impactante el deterioro ambiental problemáticas como el cambio climático, provocado por los gases de efecto invernadero, el aumento de la temperatura de la tierra y el daño a los ecosistemas que esto está causando además de la deforestación descontrolada según Amigas de la Tierra, C/Bustos, será algo que si no se corrige desde ya traerá consigo problemas que amenazan la vida en la tierra.

Hallazgos

Es notoria la problemática la cual es la falta de aplicación del mercadeo social por parte de las empresas y la falta de la responsabilidad social corporativa, tenemos múltiples problemáticas que afectan en este caso como muestra a la ciudad de Bogotá y también a nivel mundial como por ejemplo el impacto ambiental que se percibe, en donde dichas problemáticas tienen consecuencias como por ejemplo el caso de la inseguridad en algunas zonas lo cual aleja los posibles clientes, se resalta la falta de iniciativa de las empresas del sector en realizar programas que ayuden a minimizar el impacto de las problemáticas, se evidencia el abandono de la alcaldía en estos problemas y la falta de conciencia y cultura ciudadana. Tenemos una numerosa y amplia contextualización sobre las problemáticas, que si bien muchas empresas trabajan por minimizar su impacto hay muchas más que no realizan proyectos de beneficio social e ignoran la situación, en donde base a la responsabilidad social corporativa las empresas tienen un gran número de opciones de problemas sobre los cuales trabajar e impulsar su mercadeo social. Generando un beneficio a la sociedad de la cual se beneficia.

Identificación de los objetivos

Una vez percibidas las problemáticas y el problema origen que en la falta de la responsabilidad social empresarial y la aplicación del mercadeo social se plantean los objetivos. Los cuales más adelante se desarrollan uno a uno y se muestra su importancia y razón de ser en la investigación.

Diseño del plan de investigación

Se usa la investigación mixta, la cual en las diferentes masas documentales se obtuvo datos tanto cualitativos como cuantitativos, de los cuales los datos cuantitativos son cifras como las brindadas por el Dane en el 2022, sobre la inseguridad en Colombia, si bien la empresa Seguridad Superior nos compartió datos cualitativos como por ejemplo los factores causantes de la inseguridad en Colombia como lo son la violencia armada, la pobreza y la desigualdad social, el desempleo, en donde las personas por su desespero por conseguir dinero toman alternativas como la delincuencia para conseguirlo, también tenemos cifras cuantitativas como los casos de homicidio en el 2022 los cuales fueron de 9.844, robos con violencia: 148.709, robos a viviendas: 20.275, de esta manera, tenemos una amplia información de datos de origen cuantitativo y cualitativo por ende la investigación se realizó de una metodología mixta, las empresas a las cuales fue dirigida la investigación fue a empresas del sector agroindustrial, tecnológico y financiero, en donde tenemos como muestra de estos sectores a las empresas: HP, Apple, Alquilería y Bancolombia.

La investigación se centra en el país de Colombia en el cual se perciben las diferentes problemáticas en donde se toma como muestra la ciudad de Bogotá la cual tiene una gran presencia de problemáticas las cuales son ignoradas por los diferentes empresarios. Quienes no aplican el mercadeo social y se evidencia la falta de la responsabilidad social empresarial. Se pone como contexto la zona del centro de la ciudad pues esta tiene muchas problemáticas las cuales se mostraron anteriormente, para dar evidencia de las tantas problemáticas sobre las cuales pueden trabajar las diferentes empresas.

Recopilación de datos

Nos encontramos con datos tanto cuantitativos como cualitativos de los cuales tenemos información sobre el mercadeo social empresarial, sus orígenes y también sobre la responsabilidad social empresarial en donde todo esto surge como una necesidad de solucionar diferentes problemáticas enfocadas en la resolución de problemas sociales y en la búsqueda de beneficios para la sociedad en la cual se encuentran las diferentes empresas. Se obtuvo información sobre las diferentes maneras en que algunas empresas aplicaron el mercadeo social lo cual se ve representado en aumento de ventas, y el desarrollo de una fidelidad por parte de sus clientes.

Presentación de informe con los resultados

En esta fase se tiene que claramente se cuenta con muchas problemáticas, las cuales son alarmantes y se evidencia que estas alejan a los posibles clientes de las empresas, temas como la inseguridad hace que los clientes pierdan el deseo de visitar diferentes zonas, teniendo un impacto negativo para las empresas el cual es la disminución de las ventas, también se percibe problemáticas que son motivos de hacer que las personas o posibles clientes se alejen como por ejemplo los malos olores, las basuras que causan que hallan roedores, adicional a que se tocan temas de la contaminación del planeta y la situación crítica que actualmente se vive, en donde por falta de la conciencia de muchas empresas, el planeta se está sobre explotando a una manera

tan acelerada que se está traspasando la forma en que el planeta se recupera de esta explotación, día a día aumenta la temperatura en el planeta, lo cual afecta los ecosistemas, la contaminación del aire lo cual trae consigo problemas respiratorios para las diferentes poblaciones, además de que el deterioro del planeta día a día amenaza en mayor medida la vida en la tierra. Hay muchas empresas que se preocupan por la preservación del planeta, pero hay muchas más que son las que no hacen la más mínima acción para ayudar al deterioro, por ejemplo, las empresas de muebles generan una deforestación de miles de hectáreas por año, en donde sus planes de reforestación no son suficientes para reparar el daño que causan a la tierra. Por tanto se resalta la importancia de que las empresas que se benefician del planeta, o de algún contexto así no usen recursos naturales, se están beneficiando de cierta manera de algún contexto en donde estas empresas deben tener empatía por su entorno, y buscar la manera de minimizar problemáticas pues de esta manera además de generar un bienestar a su entorno social, se benefician pues su entorno mejora y esto traerá nuevos clientes a las zonas, también de que se creara fidelidad por parte de los clientes y una manera en que los clientes al día de hoy prefieren a las empresas que se preocupan por temas de interés social, por empresas que buscan beneficios sociales y reducir en lo posible las diferentes problemáticas que los rodean.

Desarrollo de los objetivos de la investigación

El objetivo general de la investigación era analizar el impacto del mercadeo social en la estrategia de responsabilidad corporativa de las empresas colombianas en sectores estratégicos, identificando prácticas, beneficios, desafíos y su implementación, este objetivo general se desarrolla gracias al cumplimiento en el desarrollo de los objetivos específicos que a continuación se detallan además de conocer su desarrollo en esta investigación.

Como primer objetivo específico tenemos caracterizar las estrategias de mercadeo social implementadas por las empresas de los sectores estratégicos que seleccionamos en Colombia durante el periodo 2023-2024, de esta manera se muestra en la investigación que, por ejemplo la empresa Apple realiza una estrategia de responsabilidad corporativa mediante el mercadeo social que consiste en utilizar una energía renovable, además de que los sitios de embalaje están certificados como cero desperdicios al vertedero, también trabajan en reducir las emisiones de gases de efecto invernadero, adicional a esto tenemos otro ejemplo con la empresa hp la cual alcanzo su meta del 100% de deforestación cero con el papel, adicional el 30% del plástico de sus impresoras se reutilizan en otros artículos.

En el sector financiero tenemos a Bancolombia la cual puso en sus servicios un tipo de crédito llamado Bum Bum, dirigido a Pymes con el fin de promover el desarrollo económico sostenible.

En el sector agroindustrial, la empresa Alquería tiene programas orientados a la reducción de la huella ambiental, realizando una eficiente gestión del agua mediante tecnologías que permiten el eficiente uso de recursos y la minimización de los residuos, además de que participan activamente en programas de reforestación.

De esta manera vemos que, si hay empresas en Colombia que realizan y aplican el mercadeo social, y que tienen sentido de responsabilidad social corporativa, en donde se evidencian y se caracterizan las estrategias implementadas por las empresas del sector estratégico.

Otro objetivo es evaluar la relación entre las iniciativas del mercadeo social y el desempeño de la responsabilidad corporativa de las empresas seleccionadas. Y aquí vemos claramente que estas empresas seleccionadas su manejan una adecuada responsabilidad social

empresarial en donde mediante el mercadeo social usan estrategias que ayuden a minimizar el impacto en el medio ambiente, lo cual beneficia a toda la sociedad, pues disminuye el material particulado y la contaminación del aire, reduce el riesgo a los problemas respiratorios.

Finalmente tenemos el objetivo de Determinar los factores críticos que facilitan o limitan la efectiva integración del mercadeo social en las estrategias corporativas de los sectores estudiados. Y tenemos que las empresas deben contar con iniciativa y conciencia de sentido social y desarrollar programas de mercadeo social, que beneficien su contexto y enfrenten problemáticas, en donde los riesgos al adaptar una estrategia de mercadeo social serian incumplirla y esto afectaría la reputación de la empresa. Por el contrario, el mercadeo funciona como herramienta de la responsabilidad corporativa por tanto trabajan de la mano y su interacción es de fácil adaptación.

Conclusiones

La monografía resalta la importancia del mercadeo social en un contexto, se aprecia que el mercadeo social nace en 1960 como una necesidad y se consolida como una herramienta para hacer frente a los problemas sociales de esa época, por tanto, el mercadeo social más allá de que su objetivo sea resolver problemas sociales, este mismo objetivo es su razón de ser el cual fundamenta su origen, también se concluye que el mercadeo social si es una herramienta la cual proporciona una ventaja competitiva para la empresa que la usa, también refleja un aumento de ventas, una mayor fidelidad y lealtad hacia la marca por parte de los consumidores.

Los clientes prefieren marcas que tengan responsabilidad social y humanidad, así que son características que las empresas actuales deben aprovechar, seguido el mercadeo social además de ayudar a solucionar problemáticas de un contexto, esto mismo trae beneficios para la organización como por ejemplo el hecho de solucionar un problema de un contexto, hace que este no repercuta negativamente en la empresa como lo sería si no fuera solucionado.

Tenemos que el solucionar una problemática, además de ser positivo para las personas del contexto se vuelve positivo para la misma empresa pues estará en un entorno más confiable, en este caso la investigación se apoyó de las problemáticas de la ciudad de Bogotá las cuales impactan el sector agroindustrial y tecnológico, se detalló la manera en que cada una de las problemáticas se desenvuelven en la ciudad y las consecuencias que trae consigo, un ejemplo de ello fue el tema de las ratas, las cuales se encontraba focalizado en unos barrios en específico.

La falta de solución a esta problemática hizo que se trasladara al norte de la ciudad en donde los barrios donde se originó estas problemáticas si tuvieran estrategias de mercadeo que impacten y concienticen a las personas de su contexto, se crearía un sentido de conciencia social, evitando el esparcimiento y crecimiento de estos problemas.

Recomendaciones

El mercadeo social y corporativo si es una herramienta de solución a las problemáticas sociales, pero también impulsan a la empresa a tener una ventaja competitiva frente a la competencia.

Las empresas que entraran en una fase inicial en la aplicación de la estrategia de mercadeo social, debe inicialmente identificar una problemática del contexto donde se ubica la empresa o del contexto de los posibles clientes de su producto o servicio, en donde alineando sus valores juntos con estas problemáticas identificadas den un mensaje concreto al público objetivo, pero antes deben elegir un canal de comunicación y transmisión de la información sea esto publicidad o mediante influencer, aquel medio que permita captar la atención de sus clientes.

Se debe asegurar la transmisión del mensaje sobre la problemática que se quiere cambiar y lo que se quiere lograr con esto, claramente una vez implementada la estrategia del mercadeo social, la empresa debe medir los resultados sean estos traducidos en aumento de ventas para la empresa, determinar el impacto de su campaña social a la problemática sobre la cual se está trabajando, de esta manera se determina el éxito de la estrategia o si se deben realizar correcciones de ajuste para llegar a los resultados esperados.

Referencias bibliográficas

- Agudelo, F. (2024, 16 octubre). Terminó censo de habitantes de calle en Bogotá con un aumento de más de 2.000 personas desde 2017: estas son las localidades donde más se encuentran. Infobae. <https://www.infobae.com/colombia/2024/10/16/censo-de-habitantes-de-calle-en-bogota-registra-aumento-de-mas-de-2000-personas-desde-2017-estas-son-las-localidades-mas-afectadas/>
- Aliaga, M. J. U. (2023, 21 marzo). Ejemplos de marketing social. Canal Gestión Empresarial. <https://www.inesem.es/revistadigital/gestion-empresarial/marketing-social/#:~:text=Adem%C3%A1s%20el%20marketing%20social%20crea,la%20sostenibilidad%20y%20el%20respeto.>
- Amigos. (2016, 22 febrero). Situación actual. Amigas de la Tierra. <https://www.tierra.org/situacion-actual-2/>
- Andrea del Pilar Isaza, (2014), ESTUDIO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
- Archila, G. (2024b, septiembre 23). Incendios forestales en Colombia: causas, consecuencias y aportes. Noticias UNAD. <https://noticias.unad.edu.co/index.php/unad-noticias/todas/7093-incendios-forestales-en-colombia-causas-consecuencias-y-aportes>
- CityTv. (2024, 9 agosto). Las 10 localidades más peligrosas de Bogotá según informe del Concejo. CityTv. https://citytv.eltiempo.com/noticias/seguridad/las-10-localidades-mas-peligrosas-de-bogota-segun-informe-del-concejo_63284
- colaboradores de Wikipedia. (2024, 15 diciembre). Bogotá. Wikipedia, la Enciclopedia Libre. <https://es.wikipedia.org/wiki/Bogot%C3%A1>

colaboradores de Wikipedia. (2024a, agosto 29). Investigación cualitativa. Wikipedia, la Enciclopedia Libre. https://es.wikipedia.org/wiki/Investigaci%C3%B3n_cualitativa

colaboradores de Wikipedia. (2024b, diciembre 17). Colombia. Wikipedia, la Enciclopedia Libre. <https://es.wikipedia.org/wiki/Colombia>

colaboradores de Wikipedia. (2024b, septiembre 25). Incendios forestales en Colombia de 2024. Wikipedia, la Enciclopedia Libre.

https://es.wikipedia.org/wiki/Incendios_forestales_en_Colombia_de_2024

Colombia inicia marzo con 17 incendios forestales activos. (s/f). Gov.co. Recuperado el 24 de diciembre de 2024, de

<https://portal.gestiondelriesgo.gov.co/Paginas/Noticias/2024/Colombia-inicia-marzo-con-17-incendios-forestales-activos.aspx>

Con nueva campaña, Bancolombia renueva su compromiso de latir al ritmo del corazón de los colombianos. (s. f.). Bancolombia. <https://www.bancolombia.com/acerca-de/sala-prensa/noticias/inclusion-educacion-financiera/bumbum-estrategia-nacional-de-inclusion-financiera#:~:text=TU360->

[,Con%20nueva%20campa%C3%B1a%20Bancolombia%20renueva%20su%20compromiso%20de%20latir%20al,del%20coraz%C3%B3n%20de%20los%20colombianos&text=Resumen:,tres%20primeros%20meses%20de%202022.](https://www.bancolombia.com/acerca-de/sala-prensa/noticias/inclusion-educacion-financiera/bumbum-estrategia-nacional-de-inclusion-financiera#:~:text=TU360-)

Conahcyt. (2022, 6 enero). Día Mundial del Medio Ambiente. Conahcyt.

[https://conahcyt.mx/dia-mundial-del-medio-ambiente/#:~:text=La%20explotaci%C3%B3n%20del%20medio%20ambiente,destruidos%20\(ONU%202021\).](https://conahcyt.mx/dia-mundial-del-medio-ambiente/#:~:text=La%20explotaci%C3%B3n%20del%20medio%20ambiente,destruidos%20(ONU%202021).)

Daniela, S. R., & Hernando, C. P. D. (2013, 11 septiembre). Aproximación jurídica a la problemática de los habitantes de la calle en Bogotá y algunas propuestas hacia su protección. <https://repository.unab.edu.co/handle/20.500.12749/8423>

Datos sobre la crisis de la naturaleza. (s. f.). UNEP - UN Environment Programme.

<https://www.unep.org/es/datos-sobre-la-crisis-de-la-naturaleza#:~:text=El%2075%25%20de%20la%20superficie,las%20pesquer%C3%ADas%20y%20la%20contaminaci%C3%B3n.>

david@loscreativos.co. (2024, 2 septiembre). 10 empresas colombianas más sostenibles y sus principales estrategias. Cubika Caribe. <https://cubikacaribe.com/empresas-colombianas-mas-sostenibles/#:~:text=1.,mercado%20mientras%20genera%20valor%20compartido.>

Departamento nacional de planeación (2023). Pobreza monetaria y desigualdad.

<https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/PublishingImages/Planeacion-y-desarrollo/2024/Agosto/pdf/pobreza-monetaria-2023.pdf>

Duarte, F. (2015, 23 mayo). Responsabilidad social empresarial.

<https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/revistalidera/article/view/18221>

EN COLOMBIA, UN COMPROMISO DE TODOS

<https://repository.unimilitar.edu.co/server/api/core/bitstreams/fb24af33-94f4-4c4f-8318-ffb3fedef99f/content>

Entendiendo el desempleo: causas, consecuencias y soluciones | Generation Spain. (2024, 23

febrero). <https://spain.generation.org/blog/entendiendo-el-desempleo-causas-consecuencias-y-soluciones/#:~:text=El%20desempleo%20tiene%20efectos%20profundos,una%20menor%20sensaci%C3%B3n%20de%20autoestima.>

<https://spain.generation.org/blog/entendiendo-el-desempleo-causas-consecuencias-y-soluciones/#:~:text=El%20desempleo%20tiene%20efectos%20profundos,una%20menor%20sensaci%C3%B3n%20de%20autoestima.>

- Escareño, I. M. M., Rancurello, M. F. C., Alfaro, C. M. N., Galindo, A. D. G., Valdez, A. E. A., & Portales, L. (2018). Influencia del marketing social y prácticas de RSE en la intención de compra de los millennials. *Revista Universidad y Empresa*, 20(35), 251.
<https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.6034>
- Explotación sexual de menores en Bogotá: Un problema oculto detrás de la prostitución. (2024, 16 septiembre). <https://concejodebogota.gov.co/explotacion-sexual-de-menores-en-bogota-un-problema-oculto-detras-de-la/cbogota/2024-09-16/161801.php#:~:text=El%2069%25%20de%20los%20casos,579%20v%C3%ADctimas%20de%20explotaci%C3%B3n%20sexual.>
- Flores, S. (2023, 26 septiembre). 6 Empresas Sustentables en Colombia. Greentech ® Educación.
<https://www.greentecher.com/blog-empresas-sustentables-en-colombia/#:~:text=1..y%20promoviendo%20el%20desarrollo%20sustentable.>
- Flórez, M., & Flórez, M. (2023, 10 febrero). Marco legal de la responsabilidad social empresarial en Colombia. www.reddearboles.org.
<https://www.reddearboles.org/noticias/nwarticle/447/1/Marco-legal-de-la-responsabilidad-social-empresarial-en-colombia#:~:text=Evoluci%C3%B3n%20hist%C3%B3rica%20de%20la%20responsabilidad,manera%20exponencial%20en%20el%20pa%C3%ADs.>
- Giuliani, A. C., Zambon, M. S., Monteiro, T. A., Betanho, C., & Faria, L. H. L. (2012). El Marketing Social, el Marketing relacionado con causas sociales y la responsabilidad empresarial: el caso del supermercado Pao-de-Açúcar, de Brasil. *Dialnet*.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4201095>

Granados, J. A. B. (2024, 7 agosto). Bogotá está en crisis ambiental por puntos de acumulación de basura que ocasionan enfermedades. Infobae.

<https://www.infobae.com/colombia/2024/08/07/bogota-esta-en-crisis-ambiental-por-puntos-de-acumulacion-de-basura-que-ocasionan-enfermedades/>

Henríquez, I. D. (2024, 27 noviembre). Colombia, el segundo país de la región con mayor población en pobreza, según Cepal. Diario la República.

[https://www.larepublica.co/globoeconomia/colombia-el-segundo-pais-de-la-region-con-mayor-poblacion-en-pobreza-segun-cepal-](https://www.larepublica.co/globoeconomia/colombia-el-segundo-pais-de-la-region-con-mayor-poblacion-en-pobreza-segun-cepal-4008088#:~:text=En%20el%20ranking%20de%20pa%C3%ADses,de%20los%20habitantes%20enfrenta%20obst%C3%A1culos.)

[4008088#:~:text=En%20el%20ranking%20de%20pa%C3%ADses,de%20los%20habitantes%20enfrenta%20obst%C3%A1culos.](https://www.larepublica.co/globoeconomia/colombia-el-segundo-pais-de-la-region-con-mayor-poblacion-en-pobreza-segun-cepal-4008088#:~:text=En%20el%20ranking%20de%20pa%C3%ADses,de%20los%20habitantes%20enfrenta%20obst%C3%A1culos.)

Jaramillo, L. (2024, 20 mayo). 5 empresas responsables con el medio ambiente |

Emprendimiento | Colombia. Escuela Para Emprendedores. [https://escuela-](https://escuela-emprendedores.alegra.com/colombia/empresas-responsables-con-el-medio-ambiente/)

[emprendedores.alegra.com/colombia/empresas-responsables-con-el-medio-ambiente/](https://escuela-emprendedores.alegra.com/colombia/empresas-responsables-con-el-medio-ambiente/)

Las 14 empresas colombianas mejor calificadas en sostenibilidad - Pacto Global Red Colombia.

(s. f.). [https://www.pactoglobal-colombia.org/news/las-14-empresas-colombianas-mejor-calificadas-en-](https://www.pactoglobal-colombia.org/news/las-14-empresas-colombianas-mejor-calificadas-en-sostenibilidad.html#:~:text=Nutresa%20tambi%C3%A9n%20obtuvo%20la%20m%C3%A1xima,director%20de%20ESG%20Research%2C%20S&P%20.)

[sostenibilidad.html#:~:text=Nutresa%20tambi%C3%A9n%20obtuvo%20la%20m%C3%A1xima,director%20de%20ESG%20Research%2C%20S&P%20.](https://www.pactoglobal-colombia.org/news/las-14-empresas-colombianas-mejor-calificadas-en-sostenibilidad.html#:~:text=Nutresa%20tambi%C3%A9n%20obtuvo%20la%20m%C3%A1xima,director%20de%20ESG%20Research%2C%20S&P%20.)

Mena, Ó. (2023, 7 noviembre). 5 Empresas colombianas responsables con el medio ambiente.

Revista Diners. https://revistadiners.com.co/tendencias/18065_empresas-colombianas-medio-ambiente/

Ministerio de Justicia y del Derecho En promedio, los colombianos inician el consumo de sustancias psicoactivas a los 13,7 años según el MinJusticia. (s. f.).

<https://www.minjusticia.gov.co/Sala-de-prensa/Paginas/En-promedio-colombianos-inician-consumo-sustancias-psicoactivas-a-13,7-a%C3%B1os-seg%C3%BAAn-MinJusticia.aspx>

Ministerio de Justicia y del Derecho. (s. f.). <https://www.minjusticia.gov.co/programas-co/ODC/Paginas/Situaci%C3%B3n-consumo.aspx>

Morgan, B. (2021, 12 mayo). Las 10 empresas tecnológicas de consumo más sostenibles. Forbes España. <https://forbes.es/sostenibilidad/81172/las-10-empresas-tecnologicas-de-consumo-mas-sostenibles/>

Moyano, J. (2023, 13 junio). Impacto más allá de las ventas: La Importancia del Marketing Social. <https://www.linkedin.com/pulse/impacto-m%C3%A1s-all%C3%A1-de-las-ventas-la-importancia-del-marketing-moyano/>

Olivera Carhuaz, E.S., & Pulido Capurro, V.M.. (2018). Marketing social: Su importancia en la resolución de problemas sociales. *Revista Científica de la UCSA*, 5(2), 26-35. [https://doi.org/10.18004/ucsa/2409-8752/2018.005\(02\)026-035](https://doi.org/10.18004/ucsa/2409-8752/2018.005(02)026-035)

Ortega, C. (2023, 16 junio). Investigación cuantitativa. Qué es y cómo realizarla. QuestionPro. <https://www.questionpro.com/blog/es/que-es-la-investigacion-cuantitativa/>

Propais. (s. f.). <https://propais.org.co/5-empresas-verdes-en-colombia/>

Rcn, N. (2023, 12 febrero). ¿El centro histórico de Bogotá está abandonado?: inseguridad, malla vial, basuras y otros problemas. Noticias RCN. <https://www.noticiasrcn.com/colombia/el-centro-historico-de-bogota-esta-abandonado-inseguridad-malla-vial-basuras-y-otros-problemas-439876>

Rodríguez, A. (2024, 26 enero). ¿Qué pasa si se extinguen los frailejones en Colombia, según la IA? Caracol Radio. <https://caracol.com.co/2024/01/26/que-pasa-si-se-extinguen-los-frailejones-en-colombia-segun-la-ia/>

Secretaria de cultura, recreacion y deporte (2023), ¿Qué es la contaminación ambiental? [https://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/es/bogotanitos/que-es-la-contaminacion-ambiental#:~:text=La%20contaminaci%C3%B3n%20ambiental%20es%20la,tierra\)%20y%20contaminaci%C3%B3n%20del%20agua.](https://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/es/bogotanitos/que-es-la-contaminacion-ambiental#:~:text=La%20contaminaci%C3%B3n%20ambiental%20es%20la,tierra)%20y%20contaminaci%C3%B3n%20del%20agua.)

Superior, S. (2023, 8 febrero). Cifras de inseguridad y robos en Colombia. Seguridad Superior. <https://www.seguridadsuperior.com.co/cifras-de-inseguridad-y-robo-en-colombia#:~:text=Seg%C3%BAn%20datos%20compartidos%20por%20Medicina,cada%20d%C3%ADa%20en%20el%20pa%C3%ADs.>

Vista de Responsabilidad social empresarial. (s. f.).

<https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/revistalidera/article/view/18221/18461>