

La Responsabilidad Social Empresarial como estrategia de competitividad en las empresas
modernas en Colombia

Eliana Beltran Cediel
Andrés Felipe Daza Vergara

Carlos Esteban Bolaños
Asesor del trabajo

Universidad Santiago de Cali
Ciencias Económicas y Empresariales
Administración de Empresas
Santiago de Cali, 27 de mayo de 2025

Resumen:

El siguiente artículo habla de la Responsabilidad Social Empresarial como Estrategia de Competitividad en las Empresas Modernas en Colombia en la que contextualiza la evolución desde la Revolución industrial hasta la actualidad como una estrategia importante en la competitividad de las empresas. El objetivo es analizar como las prácticas empresariales influye en el desarrollo sostenible y fortalece la competitividad en un mundo globalizado, identificando sus estrategias y los beneficios en cuanto a la reputación corporativa y diferencias en el mercado. Además, es una revisión documental de fuentes secundarias que aborda la evolución de la Responsabilidad social empresarial, su relación con los Objetivos de desarrollo sostenible y los casos de éxitos de algunas empresas Colombianas, como: Alpina, Starbucks, Bancolombia, grupo éxito y Nestlé La implementación de la RSE no solo mejora la imagen y la fidelización de los clientes, también incrementa la eficiencia de las empresas.

Palabras clave: Responsabilidad social empresarial, competitividad, estrategia empresarial.

Abstract

The following article discusses Corporate Social Responsibility as a Competitiveness Strategy in Modern Companies in Colombia, contextualizing the evolution from the Industrial Revolution to the present as an important strategy in the competitiveness of companies. The objective is to analyze how business practices influence sustainable development and strengthen competitiveness in a globalized world, identifying their strategies and benefits in terms of corporate reputation and differences in the market. In addition, it is a documentary review of secondary sources that addresses the evolution of Corporate Social Responsibility, its relationship with the Sustainable Development Goals and the success stories of some Colombian

companies, such as Alpina, Starbucks, Bancolombia, the Success Group and Nestlé The implementation of CSR not only improves the image and customer loyalty, but also increases the efficiency of companies.

Keywords: Corporate social responsibility, competitiveness, business strategy

Introducción

La Revolución Industrial del siglo XVIII representó una de las evoluciones más profundas de la historia moderna, promoviendo el desarrollo económico, transformaciones sociales y el compromiso con el medio ambiente. Esta etapa de transformación hacia un modelo productivo mecanizado no solo permitió el desarrollo de nuevas tecnologías, sino que también cambió las dinámicas laborales, la relación con el ser humano y su medio. A medida que estas transformaciones se profundizaron y se extendieron al siglo XX, emergieron nuevas reflexiones sobre el papel que las organizaciones deben desempeñar en la creación de sociedades más equitativas y sostenibles.

En la actualidad, el mundo empresarial se desenvuelve en un entorno caracterizado por una alta competitividad, la interconectividad global y una sociedad que se vuelve más informada y exigente. Las empresas ya no son evaluadas únicamente por su capacidad de generar beneficios económicos, sino también por su compromiso con el desarrollo de las humanidades y la protección del entorno natural. En este sentido, adoptar estrategias basadas en principios éticos, sociales y ambientales se ha vuelto fundamental para que las organizaciones incorporen estos valores en sus operaciones diarias y en su visión a largo plazo.

Como lo plantea Ortner (2011) “La RSE no solo se limita a responder a las necesidades de las partes interesadas-clientes, trabajadores, proveedores y comunidades, sino que transforma un mecanismo que refuerza la competitividad sostenible de la empresa”. De este modo, la RSE no es simplemente una obligación moral o una acción filantrópica ocasional, sino una herramienta estratégica que fortalece la reputación mejora la fidelización de los clientes, atrae inversionistas y contribuye a la estabilidad operativa en contextos cambiantes.

Este nuevo enfoque ha llevado a muchas organizaciones a repensar sus modelos de negocio, adaptándolos a una lógica donde el crecimiento económico está ligado al desarrollo social y a la sostenibilidad ambiental. Asimismo, la RSE es un pilar estratégico para la proyección y sostenibilidad de las organizaciones en el siglo XXI , ya que les permite diferenciarse en mercados altamente competitivo y responder a las expectativas de los consumidores quienes valoran el impacto social y ambiental.

El siguiente artículo abordará cómo la Responsabilidad Social Empresarial influye en el desarrollo sostenible de las empresas contemporáneas, analizando su importancia para ser más competitivos y cómo cambia la relación de las compañías con las comunidades y el medio ambiente.

Materiales y métodos

El siguiente estudio se llevó por medio de una revisión documental basada en fuentes secundarias, con el propósito de analizar la evolución de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Además, se busca entender la influencia que estas prácticas tienen sobre la competitividad de las empresas modernas en Colombia.

Según Euroinnova, las empresas modernas son aquellas que muestran diversos avances administrativos, tecnológicos, operativos y en su capital humano, diferenciándose de las empresas tradicionales. Este tipo de empresas incluye a aquellas que piensan en la reinversión constante; se adaptan a los avances del momento y a los que aseguran el éxito a largo plazo. (Euroinnova, s.f.).

Para ello, realizó una exhaustiva recolección de información que incluyó la consulta de artículos, informes de organismos internacionales, normativas y experiencias empresariales que han integrado las iniciativas sociales y ambientales en el modelo corporativo.

Sumado a esto, se incorporaron documentos que abordan la evolución de la RSE, la relación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), las estrategias empresariales implementadas y casos de éxito tanto en el contexto colombiano como internacional.

El análisis de la información se realizó desde un enfoque cualitativo y descriptivo, estructurado en diferentes ejes temáticos. En primer lugar, se exploró la evolución histórica de la RSE, desde sus inicios como una práctica filantrópica hasta su consolidación como un elemento estratégico fundamental para la competitividad empresarial. Luego, se realizó un análisis entre la relación de las empresas y los Objetivos de Desarrollo Sostenible, evaluando de qué manera las empresas han alineado sus prácticas de sostenibilidad con los objetivos planteados por la ONU. Se identificaron las estrategias que diversas organizaciones han adoptado para integrar las prácticas en cuanto a su modelo de negocio, se analizaron los beneficios obtenidos en términos de reputación corporativa, diferenciación en el mercado y optimización de procesos internos.

Por otra parte, se llevó a cabo una búsqueda de casos exitosos de diversas empresas que han incorporado enfoques sostenibles como estrategia para su crecimiento, posicionamiento e

identificando. Este estudio busca identificar las razones por las cuales algunas compañías han logrado implementar la RSE con éxito, mientras que otras no lo han conseguido.

Desarrollo y discusión

La Revolución industrial fue una época de transformaciones que cambiaron la historia de la humanidad a través de la innovación, avances tecnológicos, crecimiento económico y transformaciones sociales que surgieron a finales del siglo XVIII. Durante este tiempo, la forma del trabajo artesanal y tradicional fue reemplazada por la fabricación, es decir, fue el inicio de la industria principalmente de la máquina de vapor; esto transformó el proceso de la fabricación permitiendo una producción más rápida y el inicio a nuevas industrias.

A continuación, se observará un análisis de tabla 1. que ilustra las consecuencias en diversos ámbitos.

Tabla 1

Consecuencias en la Revolución industrial

Ambiente Ambiental	Ámbito Económico	Ámbito Social
Contaminación por el uso de carbón en las fábricas		La mano de obra llegó a ser menos valorada
Contaminación del agua debido a los desechos industriales.	Llegada del capitalismo industrial y un acelerado crecimiento económico	Condiciones laborales: Jornadas de 12 a 16 horas
Agotamiento de recursos naturales, como: carbón y petróleo	Nuevas clases sociales: empresarios y obreros	Explotación infantil en fábricas y minas con salarios bajos
Contribución al cambio climático por el uso del combustible de las fusiones.	Aumento de la desigualdad social y bajos salarios para los trabajadores	Migración del campo a la ciudad generando pobreza
		Falta de acceso a la educación para los niños.

Nota. Esta tabla presenta las principales consecuencias de la Revolución Industrial, clasificadas en tres ámbitos: ambiental, económico y social.

Debido a las consecuencias surgidas en el siglo XVIII, comenzó a generarse una mayor conciencia sobre estos impactos. Como resultado, las empresas empezaron a transformar su enfoque y en el siglo XX, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ha evolucionado de ser un concepto casi marginal a convertirse en un elemento fundamental en la gestión de las empresas. Según Caravedo (2000), “La RSE es cuidar que la gestión de la empresa no dañe el entorno y que a su vez contribuya con el mejoramiento sistemático de la sociedad”. A continuación, se presentarán los principales acontecimientos en la época de la Revolución industrial y la influencia en las organizaciones actuales.

- **Etapla filantrópica:** En esta etapa las empresas se limitaban a donar plata a buenas causas. A pesar de que ayudaban en algo a la comunidad, esto no era visto como algo clave para la estrategia del negocio.
- **Etapla de la legalidad:** Con el tiempo, las empresas empezaron a darse cuenta de que era importante seguir las reglas y leyes. Básicamente, lo hacían sobre todo para no tener problemas como multas o demandas.
- **Etapla de la productividad:** En esta fase, las empresas se centraron en aumentar su eficiencia y en la búsqueda de reducir costos. En ese instante, se empezó a ver la RSE como una estrategia para potenciar la imagen corporativa y prevenir posibles problemas legales.
- **Etapla de la ciudadanía corporativa:** En esta fase, las empresas comienzan a reconocer que su objetivo va más allá de una generación de beneficios

económicos; también buscan fomentar un impacto positivo en la comunidad. El enfoque de estas compañías no se limita a cumplir con las normativas vigentes, sino que se extiende a mejorar la calidad de vida de las personas.

- Hoy en la actualidad la **etapa de sostenibilidad** se caracteriza por sus constantes transformaciones y se reconoce la importancia de la responsabilidad ambiental como un factor esencial para fomentar el bienestar humano y lograr un equilibrio con el entorno.

Según Cajiga Calderón (2023) señala que, hoy en día, las empresas reconocen que la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) no es solo una cuestión de cumplimiento legal, sino una oportunidad para crear valor para todas las partes interesadas que se centra en la sostenibilidad a largo plazo y la creación de valor para todas las partes interesadas.

Importancia

La incorporación de prácticas responsables se ha considerado un elemento clave de la identidad de una empresa. A través de ella se refleja sus valores, filosofía y metodologías de trabajo, las cuales deben estar claramente expresadas en las directrices estratégicas de la empresa. La RSE asegura que la empresa sostenga sus principios éticos, morales y legales. Al mismo tiempo, contribuye al crecimiento, sostenibilidad y la credibilidad de la organización a lo largo del tiempo. “La responsabilidad social empresarial (RSE), no solo mejora la imagen de la empresa, sino que también fomenta un entorno propicio para el desarrollo de nuevas ideas y modelos de negocio”. (Ruiz & Correa, 2021).

Por otra parte, las organizaciones han evolucionado de un modelo de gestión tradicional a enfocarse más en sus empleados y en potenciar su desarrollo invirtiendo de distintas formas. Aunque requiere mayor uso de recursos financieros y tiempo para llevar las capacitaciones necesarias, a largo plazo trae beneficios para la empresa. Estos beneficios incluyen mejores resultados de los trabajadores, mayor motivación, desarrollo de habilidades y capacidades, lo que contribuye a la efectividad organizacional; también se fomenta la creación de una cultura organizacional fuerte y ayuda a que los trabajadores se identifiquen con la compañía y sientan que pertenecen a ella, lo cual mejora su compromiso y fortalece el vínculo que tienen con la organización.

Las empresas que empiezan a poner en práctica la RSE muestran una gran diferencia ante su competencia y los perciben líderes del sector. Esto le permite abrirse hacia nuevos mercados y una nueva creación de estrategias para atraer clientes y así mismo lograr una fidelización. Teniendo en cuenta, Añez Hernández y Bonomie (2010) mencionan que "La RSE se ha enrumado más allá del compromiso voluntario hacia la sociedad, en una estrategia de ventaja competitiva en el corto plazo y de permanencia de la empresa en el mercado a largo plazo." (p. 21).

Actualmente, tanto la sociedad como el mercado han empezado a apreciar el valor integral, la accesibilidad y el impacto positivo de los productos y servicios, así como las prácticas responsables que las compañías han implementado. Esto responde a un mayor conocimiento a partir de las actividades empresariales que han generado en el medio ambiente y en la sociedad, como problemas en el clima, la contaminación y la desigualdad social que han impulsado a los consumidores a tomar decisiones más responsables.

“Las empresas que adoptan la RSE no solo aseguran el cumplimiento legal, sino que también mejoran sus posibilidades de acceder a nuevos mercados y de establecer relaciones comerciales con otras organizaciones que valoran la sostenibilidad” (Identidad y Desarrollo, s.f.). Por ello, las personas apoyan a las compañías que están comprometidas y que plantean estrategias donde promuevan el uso eficiente de los recursos naturales y la implementación de procesos menos contaminantes. Las sociedades que se comprometen con el cuidado ambiental y la protección de los ecosistemas no solamente mejoran su reputación corporativa, sino que adquieren beneficios competitivos importantes

Asimismo, las empresas que invierten en proyectos sociales como: programas de educación, salud, laboral, comunitario, entre otros. Contribuyen de manera positiva en la calidad de vida de las personas. Este tipo de proyectos no solo fortalece la relación entre la empresa y la comunidad, sino que también crean un entorno más saludable y sostenible.

Por otra parte, las empresas se enfrentan a una demanda constante por mantenerse competitivas en el mercado, lo que hace esencial contar con un factor diferenciador. Este aspecto no solo les permite fidelizar a su clientela actual, sino que también facilita su expansión hacia nuevos mercados. En este sentido, los stakeholders desempeñan un rol fundamental, ya que son ellos quienes implementan y comunican las estrategias empresariales. Sin embargo, alcanzar este objetivo puede convertirse en un desafío. Si las partes interesadas no se sienten a gusto con sus condiciones de trabajo, la atención al empleado o que no se tomen en cuenta sus necesidades, esto afecta directamente a que la compañía logre sus objetivos.

Por esta razón, antes de definir un sello diferenciador, es crucial que las empresas realicen una evaluación interna. Esto les ayudará a identificar y corregir sus dificultades, al

mismo tiempo que potencian sus fortalezas, lo que les permitirá competir con mayor solidez en el mercado.

Por tanto, en Colombia existe la creencia errónea de que el desarrollo se logra únicamente buscando el bienestar individual donde se refleja en los altos niveles de desigualdad y corrupción que han afectado a la sociedad durante años. Es en este escenario donde la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) juega un papel esencial en cualquier tipo de organización. A través de esta estrategia, se busca mejorar el bienestar de todas las partes involucradas, promoviendo así el desarrollo sostenible y la calidad que tanto necesita un país o una empresa para progresar.

La competitividad, se debe de considerar como un elemento fundamental para las empresas que aspiran a tener éxito en el mercado, con el objetivo de lograr, mantener y mejorar sus metas a través de una estrategia que promueva la sostenibilidad. Según Porter (1980):

La estrategia empresarial define la elección de los sectores en los que va a competir la empresa y la forma en que se va a entrar en ellos; la estrategia competitiva consiste en ser diferente, ser diferente significa elegir deliberadamente un conjunto de actividades diferentes para prestar una combinación única de valor.

A nivel mundial, los empresarios entienden la necesidad de contar con un elemento que los distinga, dado que los mercados, instituciones y ciudadanos presentan son cada vez más rígidos . En este contexto, resulta fundamental garantizar la sostenibilidad de una ventaja competitiva, lo que implica identificar y destacar las cualidades que diferencian a la empresa de sus competidores y las razones por las cuales los consumidores optan por ella.

El impacto de los cambios impulsados por los stakeholders en el desarrollo empresarial a través de la RSE

Las implicaciones de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) están fuertemente influenciadas por los cambios que los stakeholders provocan para el progreso de las empresas. Para abordar este tema, es primordial identificar los cambios necesarios que deben implementarse para fomentar el desarrollo en diferentes áreas. Según Reyno (2006), Menciona una serie de aspectos clave que las empresas deben considerar al adoptar la RSE. Los cuales son:

- **Aspecto social:** Son las iniciativas que la empresa implementa con el propósito de generar un impacto positivo en comunidades externas.
- **Aspecto de solidaridad e igualdad:** Se entiende a la empresa como parte de algo más grande, donde juega un papel importante en generar oportunidades e igualdad para la gente.
- **Aspecto ético sistémica:** Se refiere a la visión global de la empresa dentro de la sociedad, subrayando su responsabilidad con los stakeholders.
- **Aspecto de auto-referencia:** Se enfoca en las relaciones internas de la empresa, particularmente entre los dueños de la empresa, los clientes más importante y los trabajadores.
- **Aspecto ético y de valores:** Resalta la importancia de trabajar bajo principios éticos y difundir estos valores dentro de todas las áreas de la empresa, lo que fomenta el desarrollo de una cultura ética que ayuda a tomar mejores decisiones en la empresa.

Para avanzar, la Responsabilidad Social Empresarial se presenta como un conjunto de herramientas de gestión que facilita el desarrollo de un modelo empresarial sostenible, diseñado

para atender de forma consciente y responsable las expectativas de las personas y grupos que se relacionan, es fundamental para alcanzar sus metas y garantizar su crecimiento a largo plazo.

Relación de los Objetivos de Desarrollo sostenible en las estrategias de Responsabilidad Social Empresarial

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible presentados en la agenda 2030, fueron establecidos en septiembre de 2015 por los líderes mundiales durante una cumbre de gran importancia de las Naciones Unidas. Estos objetivos tienen como finalidad erradicar la pobreza y el hambre, reducir desigualdades y proteger nuestro planeta, promoviendo así un desarrollo sostenible a escala global.

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se entrelaza con los ODS para formar un enfoque empresarial que es más ético, sostenible y justo. Según Cortés (2023), “las empresas no solo buscan maximizar sus ganancias y su posicionamiento, sino que también consideran su impacto social y ambiental. En este contexto, los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas se han convertido en un marco global esencial para la responsabilidad social empresarial.”

Al incorporar los ODS en sus prácticas, las empresas no solo refuerzan su reputación y garantizan su sostenibilidad a largo plazo, sino que también desempeñan un papel crucial en la solución de los desafíos globales más apremiantes. Estas organizaciones tienen las potencias de hacer una contribución significativa a los objetivos de desarrollo, promoviendo la equidad social, la protección del medio ambiente y un crecimiento económico sostenible.

La RSE y los ODS están ligados, ya que ambos promueven el bienestar social, ambiental y económico. Esta conexión resalta el compromiso de las empresas de crear un impacto positivo

en la sociedad. Los ODS establecen metas concretas, ofrecen una valiosa oportunidad para construir un futuro más justo, inclusivo y respetuoso con el medio ambiente y la economía global.

Las compañías que adoptan los ODS no solo mejoran su imagen, sino que también fortalecen la confianza de sus clientes, empleados e inversionistas, aumentando así su competitividad en el mercado. En este contexto, la Responsabilidad Social Empresarial se erige como una estrategia que permite a las organizaciones abordar los desafíos y necesidades del mundo empresarial, impulsadas por la globalización y las nuevas normativas. En este contexto, Según Martínez (2025):

Es una declaración audaz de compromiso con las personas y el planeta. Las empresas no solo participan en el crecimiento económico, sino que también lideran la transformación hacia un mundo más equitativo, ético y sostenible. Este enfoque marca la diferencia en el panorama empresarial, reforzando que la prosperidad y la sostenibilidad son dos caras de la misma moneda.

La norma ISO 26000 es una norma internacional que determina las directrices que deben de seguir las empresas para implementar la responsabilidad social, con el objetivo de mejorar el desempeño de los trabajadores y ofrecer un buen servicio de atención al cliente. (CTMA CONSULTORES, 2022). Esta norma ofrece un marco claro para integrar la RSE en las estrategias empresariales, garantizando su alineación con los ODS.

Por último, los ODS se fundamentan en los siete pilares esenciales de la RSE, los cuales son:

Figura 1

Los 7 pilares de la Responsabilidad Social



Nota. Adaptado de *Portafolio Alejandra Martínez* (2024).

- **Gobernanza:** Implica una gestión ética y transparente en el funcionamiento de la empresa.
- **Derechos humanos:** Se refiere al respeto y la promoción de los derechos fundamentales de todas las personas.
- **Prácticas laborales:** Se refiere a garantizar condiciones de trabajo justas y equitativas para todos los empleados.
- **Medio ambiente:** Engloba el uso consciente de los recursos y la reducción del impacto ambiental generado por la actividad empresarial.
- **Relación con los proveedores:** Busca establecer cadenas de suministro que sean sostenibles y responsables.
- **Relación con los clientes:** Enfatiza el compromiso con la calidad de los productos y la transparencia en las relaciones comerciales.

- **Acción social:** Se traduce en la contribución activa al desarrollo de la comunidad y el apoyo a iniciativas de carácter social.

Las organizaciones tienen la responsabilidad de transformarse al adoptar prácticas que estén en sintonía con los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Esta acción no solo constituye un deber ético, sino que también se traduce en una ventaja competitiva. Esta integración permite que las organizaciones prosperar en un entorno global cada vez más exigente demostrando que la sostenibilidad y la rentabilidad pueden ir de la mano, generando un impacto positivo tanto en la sociedad como en el mundo empresarial.

Casos de éxito de empresas que han utilizado la RSE como una estrategia de crecimiento y posicionamiento.

Las empresas que han implementado La Responsabilidad social empresarial (RSE) han logrado no solo fortalecer su crecimiento y posicionamiento en el mercado, sino atraer consumidores que valoren el compromiso con el desarrollo sostenible. La RSE les ha permitido generar un impacto positivo en los ámbitos social, ambiental y económico, promoviendo prácticas responsables que benefician tanto a la comunidad como a la propia empresa.

En Colombia, varias compañías se destacan por su enfoque en la RSE y su impacto en la sociedad. Algunas de las más reconocidas son:

Bancolombia: Es una de las entidades financieras más destacadas de América Latina, su modelo de negocio va más allá del simple enfoque en la rentabilidad; busca generar un impacto positivo en la sociedad y en el medio ambiente.

La entidad ha mostrado un firme compromiso con la sostenibilidad al promover el financiamiento verde, apoyando iniciativas de energías renovables, movilidad sostenible y

construcción ecológica. Hasta la fecha, ha invertido más de 50 mil millones de pesos en programas de educación financiera y apoyo al emprendimiento, facilitando así el acceso a oportunidades económicas en diversas comunidades. Además, su dedicación por el medio ambiente se traduce en una inversión de 200 mil millones de pesos en iniciativas sostenibles, consolidándose como un referente en la banca responsable. Según Bancolombia (s.f), “sostenibilidad significa actuar en el presente, pensando en el futuro, significa que cada decisión que tomamos genera valor en las comunidades donde tenemos presencia, proyectando un crecimiento económico, sin dejar de lado el bienestar social y el cuidado.

Grupo Éxito: Es una de las cadenas más relevantes en Colombia y América Latina, destacándose por su firme compromiso con el desarrollo sostenible y el respaldo a la producción local. De esta manera, “En Grupo Éxito promovemos la sostenibilidad a través de iniciativas que generan valor, con el propósito de Nutrir de Oportunidades a Colombia a través de la promoción del crecimiento económico, el desarrollo social y la protección ambiental en Colombia.

La compañía ha implementado una estrategia de abastecimiento responsable, comprometiéndose a adquirir los productos de los campesinos locales, logrando que el 92% de sus frutas y verduras provengan de la agricultura local. Esta iniciativa no solo beneficia la economía de los pequeños productores, sino que también contribuye a la reducción de la huella de carbono al disminuir las distancias de transporte de los alimentos. Asimismo, Grupo Éxito ha desarrollado programas orientados a minimizar el desperdicio de alimentos y a fomentar un consumo responsable entre sus clientes.

Nestlé: Es una de las compañías más destacadas en la industria de alimento en el que se conoce por su enfoque en la sostenibilidad y el bienestar de las comunidades donde opera. Nestlé (s.f.) señala que su propósito es “mejorar la calidad de vida y contribuir a un futuro más

saludable, hemos definido tres ambiciones generales que guiarán a nuestros esfuerzos por alcanzar los compromisos de 2020 y apoyar la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas”.

Alineando su estrategia con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), ha llevado a cabo acciones concretas para enfrentar desafíos ambientales y sociales.

Entre los ODS más relevantes para la empresa se encuentran el ODS 2 (Hambre cero), ODS 3 (Salud y bienestar), ODS 6 (Agua limpia y saneamiento) y ODS 12 (Producción y consumo responsables). Nestlé ha implementado iniciativas destinadas a reducir el uso de plásticos, mejorar la eficiencia del agua en sus procesos productivos y promover dietas más saludables. Su compromiso con la sostenibilidad le ha permitido adaptarse a las tendencias del consumo responsable y reforzar su relación con aquellos clientes que buscan productos más saludables y respetuosos con el medio ambiente. Gracias a estas acciones, la compañía continúa liderando la industria con un enfoque innovador y sostenible.

Starbucks: Es una empresa multinacional especializada en la venta de café, bebidas artesanales y una variedad de productos alimenticios. Reconocida en todo el mundo por sus cafeterías, la compañía también se destaca por fomentar prácticas de comercio justo, la sostenibilidad ambiental y la inclusión social, integrando estas iniciativas en su modelo de negocio.

Por lo tanto, la empresa ha incorporado la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en su modelo de negocio, priorizando el comercio justo para asegurar una remuneración adecuada a los productores de café y fomentar la sostenibilidad. A través de su programa CAFE Practices, promueve prácticas agrícolas responsables y brinda apoyo a las comunidades cafetaleras. En el ámbito medioambiental, aspira a ser una entidad "resource-positive", utilizando vasos reciclables

y trabajando en la reducción del consumo de agua y energía. Asimismo, se compromete con la inclusión y la diversidad, generando empleo para grupos vulnerables y promoviendo la equidad. También apoya la educación de sus empleados mediante programas que financian matrículas universitarias. De esta manera, Starbucks considera la Responsabilidad Social Corporativa como un eje central de su estrategia comercial, alineándose con su misión de “inspirar y nutrir el espíritu humano: una persona, una taza y un vecindario a la vez”. (Pereira, 2025).

Alpina: Es una empresa multinacional de Colombia, su industria es de alimentos y reconocida por la comercialización de productos lácteos, jugos y alimentos funcionales. Desde su fundación en 1945, se ha considera como una de las compañías más importantes del país, sobresaliendo no solo por la calidad de sus productos, sino también por su firme compromiso con el desarrollo sostenible, la protección del medio ambiente y el apoyo a las comunidades rurales.

La Responsabilidad Social Empresarial ha sido una implementación importante en la compañía para su estrategia, lo que resalta su dedicación al bienestar social y ambiental. A través de su Programa de Ganadería Sostenible, han brindado apoyo a miles de ganaderos para que implementen prácticas responsables, mejorando así la calidad de la leche y disminuyendo su impacto ambiental. Asimismo, la empresa ha realizado significativas inversiones en energías renovables, promoción del reciclaje y uso eficiente del agua. A través de alianzas con comunidades rurales y su Programa Nutrición Alpina, Alpina fomenta el comercio justo, la inclusión social y una alimentación saludable. Estas iniciativas han posicionado a Alpina como una empresa con propósito, en el cual han obtenido un impacto positivo en la sociedad. En este contexto. “La sostenibilidad es un camino que se construye con acciones responsables que generan valor para la sociedad, el medio ambiente y la economía.”

(Alpina, 2024, p. 6)

Implementación de la RSE en diferentes sectores económicos en Colombia en el 2024

Para este punto se tomó en cuenta el ranking de las compañías colombianas que aumentaron su puntuación de responsabilidad social empresarial en el año 2024 a comparación del 2023.

Figura 2

Ranking merco de responsabilidad y gobierno corporativo 2023

Posición	Empresa	Puntuación	Anterior
1	BANCOLOMBIA	10000	—
2	ALPINA	9467	↑ 4
3	CREPES & WAFFLES	9375	—
4	GRUPO NUTRESA	9185	↓ 2
5	SURA	8985	—
6	ORGANIZACIÓN CORONA	8621	—
7	BAVARIA	8611	—
8	ALQUERÍA	8382	↑ 9
9	GRUPO ARGOS	8155	↑ 10
10	DAVIVIENDA	7704	↑ 15

Nota. Ranking Merco Responsabilidad ESG Colombia 2023, por Merco, 2023

Figura 3

Ranking merco de responsabilidad y gobierno corporativo 2024

Posición	Empresa	Puntuación	Anterior
1	BANCOLOMBIA	10000	—
2	GRUPO NUTRESA	9175	—
3	CREPES & WAFFLES	9128	—
4	ALPINA	8692	—
5	SURA	8188	—
6	ORGANIZACIÓN CORONA	7937	↑ 12
7	BAVARIA	7869	—
8	ECOPETROL	7845	↓ 6
9	ALQUERÍA	7843	↑ 10
10	GRUPO ARGOS	7696	↓ 8

Nota. Ranking Merco Responsabilidad ESG Colombia 2024, por Merco, 2024

La empresa Alpina ha sido una de las más destacadas en cuestión de integrar una práctica empresarial responsable que se ha visto reflejada tanto en su administración, producción y en los mismos clientes. En el año 2024 tuvo un aumento de 9.185 puntos a comparativa del año 2023 que tuvo 8692 (puesto #4). Este cambio fue gracias a los diferentes trabajos que se realizaron con el agua, (carbono), energía, ganadería y una de sus más importantes el bienestar social.

Alpina se destacó drásticamente en el apoyo a comunidades vulnerables y donde su fundación en este año elevó sus cifras abarcando 6 departamentos, un total de 1551 personas en participación y una cifra económica de inversión de 4.982 millones de pesos. Alpina fue reconocida por el Ministerio de Ciencias y Tecnología como una empresa innovadora, lo cual la posiciona como la única compañía de consumo masivo que obtuvo este reconocimiento. En cuanto a sus ventas. Argote (2024) “Alpina aseguró que durante el primer trimestre del año tuvo unas ventas por \$572.000 millones: este resultado reflejó una variación de -7,7% frente al mismo periodo del año pasado. Este periodo cerró para la empresa con un ebitda de \$79.000 millones, una caída de -6,6%”.

Aunque en este valor de ventas influye las situaciones macroeconómicas del país, se puede dar a entender que gracias a sus prácticas responsables aumentaron la eficiencia en sus resultados de productos, innovaciones y una alta calidad que le lleva a una buena rentabilidad y la apropiación de sus clientes y empleados con la misma marca.

Por otro lado, la compañía Bavaria tuvo un cambio notable en el ranking escalando 3 puestos y siendo reconocida por cumplir un objetivo planteado en el año 2022 donde era producir el 100% de sus cervezas con energía eléctrica solar y lo consiguió en el año 2024, lo cual se refleja en el aumento de sus puntos en el ranking de la ESG entre los dos años comparativos. “Cumplir esta promesa al país representa un gran motivo para brindar. Ahora el

100% de nuestras cervezas y maltas se producen con energía eléctrica solar, una fuente inagotable y que se traduce en un futuro más natural, inclusivo y local para los colombianos". (Rincón, 2024)

Además, Bavaria se destacó por la nueva implementación de su fábrica en el departamento del Atlántico donde generó hasta 2800 empleos directos e indirectos que mejoró la situación económica de sus habitantes.

“Durante la etapa de construcción generamos aproximadamente de 2.000 empleos y posteriormente, durante la operación de la planta, alrededor de 800 empleos, entre directos e indirectos. Para esto último, acabamos de cerrar una alianza con el SENA para capacitar a personal local en áreas relacionadas a la producción cervecera, facilitando su inclusión laboral en la empresa y así dinamizar el mercado profesional de la región”. (Rincón, 2024).

Dificultades en la integración de la RSE en empresas de diferentes tamaños

La integración de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) varía según el tamaño de la empresa, y cada tipo enfrenta retos específicos que influyen en su capacidad para aplicar estas prácticas de manera efectiva y sostenible.

Las pequeñas y medianas empresas (PYMES) representan un elemento fundamental para el crecimiento productivo del país, ya que generan empleo y se definen por tener un número limitado de empleados, menores niveles de facturación y sus estructuras organizativas son más flexibles en comparación con las grandes corporaciones. Su tamaño les permite mantener una relación cercana con la comunidad, aunque esto también trae consigo ciertas limitaciones en términos de recursos y capacidades operativas.

Las pymes son un tipo de empresa que se clasifican de acuerdo con su escala, que incluyen la cantidad de empleados, su expansión empresarial y su poder económico. Estas 3 variables definen en parte si una empresa pertenece a una categoría u otra. (CEUPE, s.f.)

En las pequeñas empresas, una de las principales dificultades es la restricción de recursos. En este contexto, el Banco de la República (2021) señaló que “solo el 40% de las pymes tienen acceso a financiamiento formal, lo que limita su capacidad de crecimiento y sostenibilidad”. Estas organizaciones suelen operar con presupuestos ajustados, equipos reducidos y una alta carga operativa, lo que restringe el tiempo y la disposición para desarrollar programas de RSE. Además, muchas PYMES enfrentan un déficit de conocimiento en torno a la responsabilidad social, ya que carecen de personal especializado y formación específica en este ámbito. Esta falta de experiencia puede llevarlas a ver la RSE como un gasto innecesario o una carga financiera.

Otro obstáculo es la escasa presión externa; al no estar bajo la observación constante de inversionistas o medios de comunicación Su enfoque suele ser más local y comunitario. Además, se puede determinar que los factores que impiden la implementación de políticas de responsabilidad social empresarial en las pequeñas empresas dependen del sector, la economía del país y los obstáculos.

Cabe mencionar que las empresas se crean con el objetivo de generar beneficios económicos. De este modo, es comprensible que las compañías puedan dudar en asumir los costos asociados a la RSE, ya que podrían no ver un margen de utilidad a largo plazo. Además, la falta de una normativa que las obligue a implementar estas prácticas contribuye a que no planifiquen ni organicen adecuadamente su ejecución financiera. Esto evidencia la necesidad de proyectar y planificar su futuro económico para garantizar una sostenibilidad efectiva.

Al no tener esta práctica, no solo refleja una falta de compromiso social, sino también un desinterés por la innovación, la cual también impide que la empresa construya una marca sólida con la que sus consumidores se sientan identificados. Esto conlleva a que la pérdida de clientes y de ingresos.

Un ejemplo claro de quien logró implementar la responsabilidad social empresarial siendo una PYMES fue la empresa de moda Ethical, se evidencia la importancia de implementar la Responsabilidad social empresarial como parte integral de la estrategia empresarial. Al aplicar el comercio justo y colaborar con comunidades vulnerables, la marca no solo ha cambiado vidas, sino que también ha capturado la atención de consumidores comprometidos. Este enfoque demuestra que la sostenibilidad puede ser tanto rentable como replicable, especialmente para pequeñas y medianas empresas que puedan alinear su misión con acciones sociales auténticas y comunicar de manera efectiva su propósito. (Vorecol, 2024).

Por otra parte, las medianas empresas enfrentan retos relacionados con su proceso de crecimiento y consolidación. A menudo se encuentran en una fase de transición organizativa, en la que sus estructuras internas aún no están completamente definidas. Esta situación puede dificultar la incorporación formal de la responsabilidad social empresarial en su cultura organizacional. Además, estas empresas suelen verse inmersas en una competencia por prioridades, debatiéndose entre asignar recursos para expandirse, competir en el mercado y comprometerse con causas sociales o ambientales. Aunque poseen más capacidades en comparación con las PYMES, muchas carecen de departamentos especializados que lideren sus estrategias de sostenibilidad, lo que limita el desarrollo sistemático y profesional de estas iniciativas.

Finalmente, aunque las grandes empresas cuentan con abundantes recursos financieros, humanos y tecnológicos, no están libres de desafíos. Uno de los principales es la complejidad organizativa, ya que implementar una política de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) coherente y uniforme en todas las áreas y regiones donde operan puede resultar una tarea complicada, especialmente en el caso de las multinacionales. Según (Fernández y Luna, 2019) "aquellas empresas que ven la responsabilidad social empresarial no como un costo, sino como una inversión estratégica, obtienen mayores beneficios en términos de reputación, lealtad de los clientes y eficiencia operativa".

De este modo, las estrategias de RSE conlleva elevados costos y requieren un compromiso significativo de tiempo y talento humano; esto puede generar resistencia interna si los beneficios no son percibidos de manera inmediata. A ello se suma la constante presión de los stakeholders, quienes demandan transparencia, responsabilidad y resultados medibles. Esta situación lleva a las empresas a integrar la RSE como un elemento esencial de su estrategia, lo que a su vez incrementa tanto la complejidad como la obligación de rendir cuentas.

Las empresas que integran políticas ambientales en su estrategia de negocio no solo contribuyen a la conservación del planeta, sino que también pueden mejorar su competitividad al reducir costos operativos y alinear sus operaciones con las crecientes expectativas de los consumidores y reguladores. (González & Martínez, 2020).

Conclusiones

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en Colombia: De la filantropía a la estrategia competitiva

Durante los últimos años, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en Colombia ha evolucionado desde un enfoque meramente asistencialista hacia un componente estratégico clave para la gestión empresarial. Hoy, las organizaciones ya no la perciben como un simple acto de caridad, sino como una herramienta de competitividad que integra principios éticos, sociales y ambientales en su modelo de negocio.

El análisis examina cómo empresas líderes como Alpina, Bancolombia, Grupo Éxito, Nestlé y Starbucks han logrado destacarse tanto en el ámbito nacional como internacional gracias a sus iniciativas de RSE. Estas compañías no solo han fortalecido su reputación, sino que también han conseguido aumentar la lealtad de sus clientes, optimizar sus operaciones, atraer talento comprometido y acceder a nuevos mercados. Esto demuestra que la RSE, cuando se implementa de manera genuina, se convierte en un diferenciador clave que genera valor sostenible.

Desde el punto de vista de la administración de empresas, el estudio vincula la RSE con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU, destacando su rol como una estrategia que permite a las organizaciones alinearse con desafíos globales. Además, presenta los siete pilares fundamentales de la RSE: gobernanza, derechos humanos, prácticas laborales, medio ambiente, operaciones justas, relación con consumidores y desarrollo comunitario, los cuales ofrecen un marco práctico para su implementación.

Referencias

- Acosta Argote, C. (2024). Alpina reportó ventas por \$572.000 millones durante el primer trimestre de 2024. La República. <https://www.larepublica.co/empresas/alpina-reporto-ventas-por-572-000-millones-durante-el-primer-trimestre-de-2024-3871753>
- Alpina. (2024). Informe de sostenibilidad 2024. <https://flip.julius2grow.com/books/vsyp/>
- Añez Hernández, C., & Bonomie, M. E. (2010). Responsabilidad Social Empresarial: Estrategia de Competitividad en el Marco de la Globalización.
- Banco de la República. (2021). Acceso a crédito y financiamiento en las pymes colombianas: Un análisis sectorial . Bogotá: Banco de la República
- Bancolombia. (s.f.). Sostenibilidad. Grupo Bancolombia. Recuperado el 18 de marzo de 2025, de <https://www.grupobancolombia.com/sostenibilidad>
- Cajiga Calderón, J. F. (2023). Comprendiendo la evolución de la responsabilidad social. LinkedIn. <https://www.linkedin.com/pulse/comprendiendo-la-evoluci%C3%B3n-de-responsabilidad-social-j-felipe/>
- Caravedo, B. (2000). La Responsabilidad Social Empresarial: Una prioridad en el mundo empresarial. https://gerontologia.org/portal/archivosUpload/uploadManual/4_Responsabilidad_social_empresarial.pdf
- CEUPE. (s.f.). ¿Qué es una PYME?. Centro Europeo de Postgrado y Empresa. <https://www.ceupe.com/blog/pyme.html>
- Cortés, A. (2023). Responsabilidad social y su vínculo con los ODS. La República. <https://www.larepublica.co/responsabilidad-social/responsabilidad-social-y-su-vinculo-con-ods-3711568>
- CTMA CONSULTORES. (2022). ISO 26000. Norma de Responsabilidad Social. <https://ctmaconsultores.com/iso-26000/#:~:text=en%20tu%20empresa.->

,%C2%BFQu%C3%A9%20es%20la%20norma%20ISO%2026000%3F,servicio%20de%20atenci%C3%B3n%20al%20cliente

Escuela de Negocios Euroinnova SL (2004-2025). ¿Qué es una empresa moderna?

<https://www.euroinnova.com/blog/que-es-una-empresa-moderna>

Fernández, P., & Luna, A. (2019). Ventajas competitivas de la responsabilidad social empresarial en el entorno global. Editorial Financiera.

González, J., & Martínez, L. (2020). Sostenibilidad corporativa y RSE en las empresas colombianas. Editorial Económica.

Identidad y Desarrollo. (s.f.). Importancia de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

<https://identidadydesarrollo.com/importancia-de-la-responsabilidad-social-empresarial-rse/>

Manuel Reyno (2006) RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE) COMO VENTAJA COMPETITIVA <https://www.eumed.net/libros-gratis/2007a/223/respon-soc.htm>

Martínez, P. (2025). Responsabilidad Social y ODS.

<https://www.reddearboles.org/noticias/nwarticle/757/4/responsabilidad-social-ods>

Michael Porter (1980) Estrategia competitiva : técnicas para el análisis de los sectores industriales

y de la competencia / Michael E. Porter https://biblioteca.usco.edu.co/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=15318&shelfbrowse_itemnumber=22402&utm_source

Nestlé. (s.f.). Responsabilidad social. Nestlé Professional.

<https://www.nestleprofessional.es/responsabilidad-social>

Ortner, M. (2011). La responsabilidad de comunicar. Calidad de Vida y Salud, 4(2).

Pereira, D. (27 de marzo de 2025). Responsabilidad social corporativa de Starbucks. Business

Model Analyst. <https://businessmodelanalyst.com/es/Responsabilidad-social-corporativa-de-Starbucks/>

Rincón, S. (2024). Bavaria cumple su promesa: logró producir el 100% de sus cervezas con energía eléctrica. Bavaria. <https://www.bavaria.co/noticia/bavaria-cumple-su-promesa-logro-producir-100-sus-cervezas-con-energia-electrica#:~:text=Hace%20dos%20a%C3%B1os%20Bavaria%20se,al%20que%20comprar%C3%ADa%20esa%20energ%C3%ADa>

Rincón, S. (2024). Noticias Bavaria. El Tiempo. https://www.eltiempo.com/infografia_comercial/imagenes/bavaria/v_4/index.html

Ruiz, L., & Correa, P. (2021). La RSE como motor de innovación en empresas colombianas. *Innovación y Empresa*, 9(1), 18-34.

Vorecol 2024. ¿Qué desafíos enfrentan las PYMES en la implementación de políticas efectivas de Responsabilidad Social Corporativa? https://vorecol.com/es/articulos/articulo-que-desafios-enfrentan-las-pymes-en-la-implementacion-de-politicas-efectivas-de-responsabilidad-social-corporativa-130499?utm_sour

