

Responsabilidad social empresarial y su importancia en las empresas del Magdalena

Aristizábal L, Galvis L

Resumen

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es crucial en la agenda corporativa global, impulsada por la demanda de prácticas éticas y sostenibles. Sin embargo, muchas empresas enfrentan desafíos en su implementación debido a la falta de conciencia, presiones financieras y deficiencias culturales, lo que impacta negativamente su reputación, resultados financieros y el medio ambiente. Este estudio investiga estos problemas y propone soluciones, enfocándose en empresas del Magdalena. Se identificaron prácticas exitosas de RSE, como programas de desarrollo comunitario y conservación ambiental, y se analizaron códigos de ética y políticas de RSE, destacando fortalezas y áreas de mejora. Un compromiso genuino con la RSE, incluyendo políticas claras, integración en la estrategia empresarial y rendición de cuentas, es esencial. Las prácticas empresariales más éticas y responsables pueden mejorar la reputación y los resultados financieros, contribuyendo al bienestar social y ambiental.

Palabras clave: Cultura organizacional; Ética empresarial; Impacto ambiental; Responsabilidad social empresarial (RSE); Sostenibilidad.

Abstract

Corporate Social Responsibility (CSR) is crucial in the global corporate agenda, driven by the demand for ethical and sustainable practices. However, many companies face challenges in implementing it due to a lack of awareness, financial pressures, and cultural deficiencies, negatively impacting their reputation, financial results, and the environment. This study investigates these issues and proposes solutions, focusing on companies in Magdalena. Successful CSR practices, such as community development programs and environmental conservation, were identified, and CSR codes of ethics and policies were analyzed, highlighting strengths and areas for improvement. A genuine commitment to CSR, including clear policies, integration into business strategy, and accountability, is essential. More ethical and responsible business practices can improve reputation and financial results, contributing to social and environmental well-being.

Keywords: Organizational culture, Business ethics, Environmental impact, Corporate social responsibility (CSR), Sustainability.

INTRODUCCIÓN

Marco teórico

En el contexto de la responsabilidad social empresarial (RSE), diversos expertos han destacado la importancia de considerar las expectativas de la sociedad hacia las empresas, yendo más allá del simple rendimiento económico. Por ejemplo, (Carroll, 1991), sostiene que esto implica abordar una amplia gama de temas, desde la protección del medio ambiente hasta el respeto de los derechos humanos. (Freeman, 1984), agrega que las empresas deben tomar en cuenta las necesidades e intereses de todas las partes interesadas al tomar decisiones comerciales, lo que incluye a empleados, clientes, proveedores y la comunidad en general.

Por otro lado, (Garriga & Melé, 2004), subrayan que la responsabilidad social corporativa va más allá del cumplimiento de obligaciones legales y económicas, abogando por actuar éticamente y contribuir al desarrollo sostenible de la sociedad. Desde esta perspectiva, (Visser, 2006), enfatiza que las empresas tienen la responsabilidad de contribuir al desarrollo sostenible y al bienestar social a través de prácticas empresariales que respeten los derechos humanos y protejan el medio ambiente. Además, (Vogel, 2005), destaca que adoptar prácticas socialmente responsables puede mejorar el desempeño financiero y la reputación de las empresas, lo que a su vez puede llevar a una mayor competitividad y sostenibilidad a largo plazo.

La RSE puede ser una táctica efectiva para edificar una marca sólida y fortalecer la lealtad de los clientes (Kotler & Lee, 2005). Por consiguiente, es vital que las empresas implementen estrategias de RSE para mejorar su reputación y establecer relaciones sólidas con los grupos de interés (McWilliams & Siegel, 2001). Puesto que, la RSE puede

proporcionar beneficios competitivos a las empresas al mejorar su reputación y fortalecer la relación con los grupos de interés (Maignan & Ferrell, 2004).

De igual manera, (Donaldson & Preston, 1995), proponen la teoría de los "stakeholders", que plantea que las empresas deben considerar los intereses de todas las partes involucradas en sus operaciones, y no solo los accionistas. Asimismo, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) puede ser vista como una estrategia de gestión que busca equilibrar los intereses de la empresa, los stakeholders y la sociedad en general (Van Marrewijk, 2003).

Las empresas que adoptan la RSE pueden fortalecer su reputación y ganar la confianza de los consumidores, lo que les brinda una ventaja competitiva en el mercado (Porter & Kramer, 2006). Además, contribuyen al bienestar social al abordar problemas relevantes (McWilliams & Siegel, 2001). Integrar la RSE en la cultura organizacional permite a las empresas identificar oportunidades para generar impactos positivos en la comunidad, al tiempo que impulsan su rendimiento económico (Sethi, 2003).

Este enfoque también ayuda a prevenir crisis y a gestionar eficazmente riesgos (Bansal & Roth, 2000). La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se centra en la integración de aspectos éticos, sociales y ambientales en la gestión empresarial, trascendiendo la mera búsqueda de beneficios (Freeman, 1984). Es un compromiso con la transparencia y la ética, más allá del cumplimiento normativo (Carroll, 1999).

La reputación corporativa juega un papel fundamental en la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), (Fombrun, 1996) destaca que las empresas deben preocuparse por construir una imagen positiva y ser percibidas como responsables. Además, según

(Waddock & Graves, 1997), la RSE puede mejorar la reputación y la imagen de una empresa, lo que a su vez puede atraer inversionistas y talento.

De este modo, la RSE se convierte en una herramienta efectiva para la gestión del cambio en las organizaciones, promoviendo una cultura de responsabilidad y compromiso social (Marrewijk & Werre, 2003). La RSE puede ser vista como un proceso de autorregulación en el que las empresas asumen la responsabilidad de sus impactos sociales y ambientales. (Wood, 1991). La RSE no se trata solo de cumplir con las expectativas de la sociedad, sino de generar valor a largo plazo para la empresa y la sociedad en su conjunto, (Moon & Vogel, 2008).

Por otra parte, (Blowfield & Murray, 2008) argumentan que la RSE puede contribuir al desarrollo sostenible al abordar desafíos sociales y ambientales a través de la innovación y la colaboración con otros actores. En esta línea, (Porter & Kramer, 2011) proponen la creación de valor compartido, que implica identificar oportunidades para abordar desafíos sociales y ambientales a través de la innovación en los procesos y productos empresariales. Según los autores, la RSE busca crear valor compartido para la empresa y la sociedad en su conjunto.

La RSE puede ser vista como una forma de liderazgo transformacional, donde las empresas asumen un papel activo en la solución de problemas sociales y ambientales. (Waddock, 2004) Esta perspectiva implica no solo respetar las leyes y regulaciones, sino también responder a las expectativas y necesidades de los distintos actores involucrados en la actividad empresarial, (Matten & Crane, 2005).

(Carroll, 1999), propone un modelo de pirámide de responsabilidad social de las empresas, que incluye diferentes niveles de compromiso, desde la responsabilidad económica hasta la responsabilidad filantrópica. Este modelo ha sido ampliamente aceptado y utilizado como referencia en el campo de la responsabilidad social empresarial (Garriga & Melé, 2004). También, (González Cruz & Martínez Conesa, 2007) hacen referencia al modelo de pirámide de responsabilidad social de Carroll destacando su utilidad para comprender los distintos niveles de compromiso social que pueden adoptar las empresas, desde lo económico hasta lo filantrópico.

(Morsing & Schultz, 2006), proponen la idea de la "licencia social para operar", que implica que las empresas deben ganarse la confianza y el apoyo de la sociedad a través de prácticas socialmente responsables. Esta propuesta resalta la importancia de que las empresas ganen la confianza y el apoyo de la sociedad a través de prácticas socialmente responsables, como un requisito fundamental para su legitimidad y permanencia en el mercado, (Garriga & Melé, 2004).

La licencia social para operar, planteada por (Morsing & Schultz, 2006), es crucial para las empresas, ya que implica el reconocimiento de que sus operaciones y actividades deben ser aceptadas por la sociedad en la que operan, y que deben generar valor tanto para la empresa como para la sociedad en su conjunto. (Visser, 2006). Para (Babiak & Trendafilova, 2011), la licencia social para operar, como la describen sus autores, es esencial para el éxito a largo plazo de las empresas, ya que implica la necesidad de ganarse la confianza y el apoyo de la sociedad a través de la adopción de prácticas socialmente responsables.

Finalmente, la RSE va más allá de las obligaciones legales y económicas, promoviendo prácticas empresariales éticas y sostenibles (Hart, 1997). Su importancia radica en su

capacidad para crear valor a largo plazo tanto para las empresas como para la sociedad en general, generando un equilibrio entre los intereses económicos, sociales y ambientales.

Identificación y planteamiento del problema

En la actualidad, muchas organizaciones enfrentan desafíos significativos relacionados con la baja responsabilidad social empresarial. A pesar de los avances en la conciencia social y la presión pública, persisten prácticas irresponsables que afectan negativamente a la sociedad, el medio ambiente y la reputación corporativa. La falta de compromiso y acción en aspectos clave como el respeto de los derechos humanos, la protección del medio ambiente y la equidad laboral plantea interrogantes sobre la ética y la sostenibilidad de las operaciones comerciales.

El problema central de esta investigación radica en comprender las causas y consecuencias de la baja responsabilidad social empresarial en las organizaciones y explorar estrategias efectivas para abordar este problema.

Justificación

La baja responsabilidad social empresarial representa un desafío significativo que afecta no solo a las organizaciones, sino también a la sociedad y al medio ambiente. La justificación para este proyecto se basa en la necesidad de comprender y abordar los problemas derivados de la baja responsabilidad social empresarial, tal como se identifican y plantean a continuación:

Relevancia social y ambiental

La persistencia de prácticas irresponsables en las organizaciones tiene repercusiones directas en la sociedad y el medio ambiente. La falta de compromiso con aspectos clave como los derechos humanos y la protección ambiental plantea desafíos éticos y sostenibles que deben abordarse de manera urgente.

Impacto en la competitividad y sostenibilidad empresarial

La baja responsabilidad social empresarial puede afectar negativamente la reputación, la lealtad del cliente y la capacidad de retención de talento de una organización, lo que a su vez puede socavar su competitividad y sostenibilidad a largo plazo en un entorno empresarial cada vez más consciente y competitivo.

Necesidad de soluciones efectivas

Es fundamental investigar las causas y consecuencias de la baja responsabilidad social empresarial para desarrollar estrategias efectivas de intervención y mejora. Al comprender los factores subyacentes que contribuyen a este problema, se pueden identificar oportunidades para implementar prácticas empresariales más éticas, transparentes y socialmente responsables.

Contribución al conocimiento y la práctica empresarial

Este proyecto de investigación tiene el potencial de generar conocimientos y perspectivas que sean útiles tanto para académicos como para profesionales y responsables de la formulación de políticas. Los hallazgos obtenidos pueden informar el desarrollo de

estándares y prácticas empresariales que promuevan una mayor responsabilidad social y sostenibilidad en el ámbito empresarial.

Objetivo General

Analizar las causas, consecuencias y estrategias para abordar la baja responsabilidad social empresarial en las organizaciones.

Objetivos Específicos

1. Realizar una revisión exhaustiva de la literatura académica y los informes empresariales sobre prácticas exitosas de responsabilidad social empresarial (RSE) en empresas del Magdalena, con el fin de identificar casos ejemplares que puedan servir como modelos a seguir para otras organizaciones.
2. Analizar los códigos de ética y las políticas de responsabilidad social empresarial de al menos cinco empresas prominentes en el Magdalena, con el objetivo de identificar similitudes, brechas y áreas de mejora en sus enfoques hacia la RSE.
3. Realizar un análisis comparativo de al menos cinco iniciativas de responsabilidad social empresarial implementadas en diferentes sectores industriales en el Magdalena, con el propósito de identificar lecciones aprendidas y mejores prácticas que puedan ser replicadas en otras organizaciones.

METODOLOGÍA

Enfoque de la investigación

Esta investigación emplea un enfoque mixto, combinando métodos cualitativos y cuantitativos para comprender completamente el fenómeno de la baja Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

Métodos de revisión

Para realizar esta revisión, se seguirá un proceso riguroso basado en varios criterios. Se dará prioridad a investigaciones recientes, preferiblemente publicadas en los últimos cinco años, que traten específicamente el tema de la baja RSE. Seleccionaremos artículos de revistas científicas reconocidas en el campo de la gestión empresarial y la RSE, lo que garantizará la calidad y fiabilidad de los datos y análisis presentados. Además, nos enfocaremos en estudios que utilicen tanto métodos cualitativos como cuantitativos, para obtener una comprensión profunda del fenómeno de la baja RSE.

Enfoque investigativo

El enfoque es descriptivo y explicativo. La investigación describe las características y comportamientos relacionados con la baja RSE, incluyendo sus causas, consecuencias y

posibles soluciones. Además, busca explicar por qué ocurre la baja RSE y cómo afecta a las organizaciones y a la sociedad en general. A través de la combinación de métodos cualitativos y cuantitativos, se intenta proporcionar una comprensión completa del fenómeno y generar conocimientos que puedan informar políticas y prácticas empresariales más responsables.

RESULTADOS Y ANÁLISIS

Resultados

1. Revisión de literatura sobre prácticas exitosas de RSE en empresas del Magdalena.

En la revisión de literatura sobre prácticas exitosas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en empresas del Magdalena, se identificaron las siguientes prácticas y sus respectivos impactos:

Tabla 1

Prácticas exitosas de RSE en empresas del Magdalena

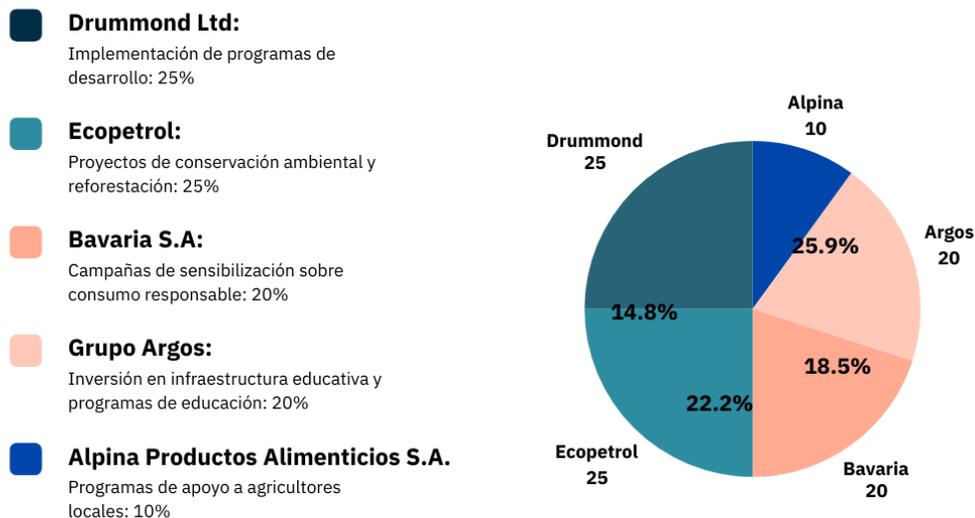
Empresa	Práctica Exitosa	Impacto
Drummond Ltd.	Implementación de programas de desarrollo	Mejora en la calidad de vida de las comunidades cercanas a sus operaciones mineras.
Ecopetrol	Proyectos de conservación ambiental y reforestación	Reducción del impacto ambiental y promoción de la sostenibilidad ambiental.
Bavaria S.A.	Campañas de sensibilización sobre consumo responsable	Reducción del consumo de alcohol irresponsable y promoción de conductas saludables.
Grupo Argos	Inversión en infraestructura educativa y programas de educación	Mejora en la calidad de la educación y desarrollo de comunidades.

Empresa	Práctica Exitosa	Impacto
Alpina Productos Alimenticios S.A.	Programas de apoyo a agricultores locales	Fortalecimiento de la cadena de suministro y mejora en las condiciones de los agricultores.

Análisis. El análisis de las prácticas exitosas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en empresas del Magdalena revela diversas iniciativas con impactos significativos en las comunidades y el medio ambiente Drummond Ltd. mejora calidad de vida en comunidades cercanas con programas de desarrollo. Ecopetrol reduce impacto ambiental con proyectos de conservación y reforestación. Bavaria S.A. promueve consumo responsable para reducir alcoholismo. Grupo Argos invierte en educación y desarrollo comunitario. Alpina Productos Alimenticios S.A. fortalece cadena de suministro y apoya a agricultores locales, evidenciando compromiso con desarrollo sostenible y bienestar comunitario.

Figura 1

Prácticas exitosas de RSE en empresas del Magdalena



Análisis. Drummond Ltd destaca por la implementación de programas de desarrollo, lo que representa un 25% de éxito en esta área. Ecopetrol también sobresale con un 25% de éxito en proyectos de conservación ambiental y reforestación. Por su parte, Bavaria S.A ha logrado un 20% de éxito gracias a sus campañas de sensibilización sobre consumo responsable. Grupo Argos con un 20% y Alpina Productos Alimenticios S.A, un 10% de éxito respectivamente, han mostrado su compromiso mediante la inversión en infraestructura educativa, programas de educación y apoyo a agricultores locales. Si bien todas las empresas tienen prácticas exitosas de RSE, este análisis sugiere que existe margen para ampliar y diversificar las iniciativas, especialmente en áreas como la sensibilización ambiental y el apoyo a las comunidades locales.

2. Análisis de códigos de ética y políticas de RSE en empresas del Magdalena.

El análisis de los códigos de ética y políticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en empresas del Magdalena reveló las siguientes fortalezas y áreas de mejora:

Tabla 2

Análisis de códigos de ética y políticas de RSE en empresas del Magdalena

Empresa	Fortalezas	Áreas de Mejora
Drummond Ltd.	Compromiso con la seguridad laboral y la salud ocupacional.	Mejora en la transparencia de la información y comunicación con las comunidades afectadas.
Ecopetrol	Enfoque claro en la gestión ambiental y la sostenibilidad.	Necesidad de mayor inclusión de las comunidades locales en la toma de decisiones ambientales.
Bavaria S.A.	Programas de responsabilidad social bien estructurados.	Mayor atención a la gestión de residuos y uso eficiente del agua.

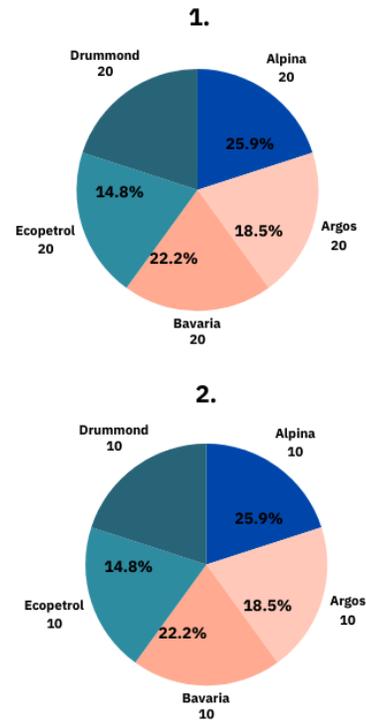
Grupo Argos	Contribución significativa al desarrollo de las comunidades.	Mejora en la comunicación y participación de las partes interesada.
Alpina Productos Alimenticios S.A.	Compromiso con la calidad y seguridad alimentaria.	Mayor integración de criterios de sostenibilidad en la cadena de suministro.

Análisis. El análisis exhaustivo de los códigos de ética y políticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en empresas del Magdalena demuestra un compromiso generalizado con prácticas éticas y responsables. Destacan: Drummond Ltd. en seguridad laboral, Ecopetrol en gestión ambiental, Bavaria S.A. y Grupo Argos en programas de RSE y desarrollo comunitario, y Alpina Productos Alimenticios S.A. en calidad alimentaria. Aunque se señalan áreas de mejora, como transparencia en comunicación y gestión de residuos, este análisis subraya el compromiso de estas empresas con el desarrollo sostenible y el bienestar comunitario.

Figura 2

Análisis de códigos de ética y políticas de RSE en empresas del Magdalena

- Drummond Ltd:**
 1. Compromiso con la seguridad laboral y la salud ocupacional: 20%
 2. Mejora en la transparencia de la información y comunicación con las comunidades afectadas: 10%
- Ecopetrol:**
 1. Enfoque claro en la gestión ambiental y la sostenibilidad: 20%
 2. Necesidad de mayor inclusión de las comunidades locales en la toma de decisiones ambientales: 10%
- Bavaria S.A:**
 1. Programas de responsabilidad social bien estructurados: 20%
 2. Mayor atención a la gestión de residuos y uso eficiente del agua: 10%
- Grupo Argos:**
 1. Contribución significativa al desarrollo de las comunidades: 20%
 2. Mejora en la comunicación y participación de las partes interesadas: 10%
- Alpina Productos Alimenticios S.A.**
 1. Compromiso con la calidad y seguridad alimentaria: 20%
 2. Mayor integración de criterios de sostenibilidad en la cadena de suministro: 10%



Análisis. Estos resultados muestran que las empresas del Magdalena tienen un compromiso establecido con la RSE, sin embargo, aún existen áreas en las que pueden mejorar para fortalecer su impacto social y ambiental. Drummond Ltd: Mayor énfasis en seguridad laboral y salud ocupacional. Ecopetrol: Enfoque en gestión ambiental y sostenibilidad, pero necesita mejorar inclusión de comunidades locales en decisiones ambientales. Bavaria S.A: Programas sólidos de responsabilidad social, pero requiere mejorar gestión de residuos y uso del agua. Grupo Argos: Contribución destacada al desarrollo comunitario, pero necesita mejorar comunicación y participación de partes interesadas. Alpina Productos Alimenticios S.A: Compromiso con calidad y seguridad alimentaria, pero necesita mayor integración de criterios de sostenibilidad en cadena de suministro.

3. Análisis comparativo de iniciativas de RSE en diferentes sectores industriales en el Magdalena.

El análisis comparativo de iniciativas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en diferentes sectores industriales en el Magdalena mostró las siguientes acciones:

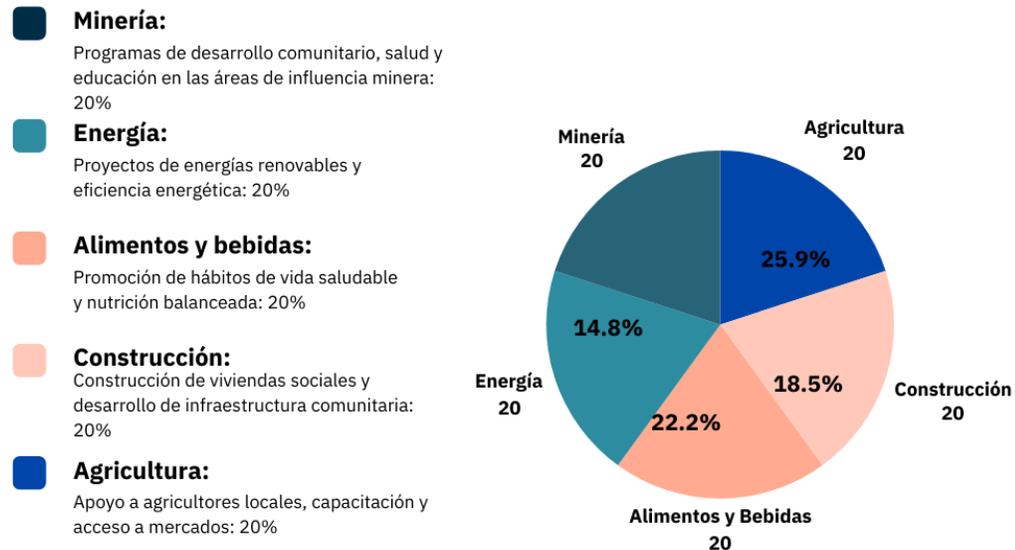
Tabla 3

Iniciativa	Sector	Descripción
Iniciativa 1	Minería	Programas de desarrollo comunitario, salud y educación en las áreas de influencia minera.
Iniciativa 2	Energía	Proyectos de energías renovables y eficiencia energética.
Iniciativa 3	Alimentos y bebidas	Promoción de hábitos de vida saludable y nutrición balanceada.
Iniciativa 4	Construcción	Construcción de viviendas sociales y desarrollo de infraestructura comunitaria.
Iniciativa 5	Agricultura	Apoyo a agricultores locales, capacitación y acceso a mercados.

Análisis. En diversas industrias, las iniciativas de RSE abordan desafíos comunitarios y ambientales. Destacan programas en el sector minero para promover desarrollo comunitario, salud y educación. En energía, se enfocan en proyectos de energías renovables y eficiencia energética. Las empresas de alimentos promueven hábitos saludables, mientras que en construcción se prioriza la edificación de viviendas sociales e infraestructura comunitaria. En agricultura, se apoya a los agricultores locales con capacitación y acceso a mercados. Estas acciones reflejan un compromiso con el desarrollo sostenible y el bienestar comunitario.

Figura 3

Iniciativas de RSE en diferentes sectores industriales en el Magdalena



Análisis. Este análisis muestra una distribución equitativa del 20% de participación en cada sector. Esto demuestra nuestro compromiso generalizado en áreas vitales como el desarrollo comunitario, salud, educación, energías renovables, nutrición, vivienda social, infraestructura comunitaria y apoyo a la agricultura local. Esta distribución equitativa refleja un enfoque integral hacia la RSE y sugiere un impacto positivo en diversas áreas clave del desarrollo local.

Análisis general

La revisión de literatura sobre prácticas exitosas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en empresas del Magdalena revela un compromiso significativo por parte de las empresas con el desarrollo sostenible y el bienestar comunitario. A través de diferentes iniciativas, estas empresas están generando un impacto positivo en sus comunidades y en el medio ambiente.

Las empresas del Magdalena están implementando diversas prácticas exitosas de RSE, cada una con un enfoque específico y un impacto significativo:

- Drummond Ltd: Destaca por la implementación de programas de desarrollo, lo que ha mejorado la calidad de vida en las comunidades cercanas a sus operaciones mineras.
- Ecopetrol: Sobresale con proyectos de conservación ambiental y reforestación, lo que ha llevado a una reducción del impacto ambiental y a la promoción de la sostenibilidad ambiental.
- Bavaria S.A.: Ha desarrollado campañas de sensibilización sobre consumo responsable, lo que ha contribuido a reducir el consumo de alcohol irresponsable y promover conductas saludables.
- Grupo Argos: Se destaca por su inversión en infraestructura educativa y programas de educación, lo que ha mejorado la calidad de la educación y el desarrollo de comunidades.
- Alpina Productos Alimenticios S.A.: Ha implementado programas de apoyo a agricultores locales, fortaleciendo así la cadena de suministro y mejorando las condiciones de los agricultores.

Por otro lado, el análisis de los códigos de ética y políticas de RSE en empresas del Magdalena revela un compromiso generalizado con prácticas éticas y responsables. Aunque se identificaron áreas de mejora, se destacan las siguientes fortalezas y áreas de mejora:

- Drummond Ltd.: Comprometida con la seguridad laboral y la salud ocupacional, pero necesita mejorar la transparencia de la información y la comunicación con las comunidades afectadas.

- Ecopetrol: Con un enfoque claro en la gestión ambiental y la sostenibilidad, pero necesita mejorar la inclusión de las comunidades locales en la toma de decisiones ambientales.
- Bavaria S.A.: Tiene programas de responsabilidad social bien estructurados, pero necesita prestar mayor atención a la gestión de residuos y al uso eficiente del agua.
- Grupo Argos: Contribuye significativamente al desarrollo de las comunidades, pero necesita mejorar la comunicación y la participación de las partes interesadas.
- Alpina Productos Alimenticios S.A.: Comprometida con la calidad y seguridad alimentaria, pero necesita una mayor integración de criterios de sostenibilidad en la cadena de suministro.

De igual manera, el análisis comparativo de iniciativas de RSE en diferentes sectores industriales en el Magdalena muestra una distribución equitativa del compromiso. Cada sector está abordando desafíos comunitarios y ambientales de manera integral:

- Minería: Programas de desarrollo comunitario, salud y educación en las áreas de influencia minera.
- Energía: Proyectos de energías renovables y eficiencia energética.
- Alimentos y Bebidas: Promoción de hábitos de vida saludable y nutrición balanceada.
- Construcción: Construcción de viviendas sociales y desarrollo de infraestructura comunitaria.
- Agricultura: Apoyo a agricultores locales, capacitación y acceso a mercados.

En general, este análisis demuestra un compromiso sólido de las empresas del Magdalena con la RSE y el desarrollo sostenible. Si bien todas las empresas tienen prácticas exitosas de RSE, hay áreas en las que pueden mejorar para fortalecer su impacto social y ambiental. Se recomienda ampliar y diversificar las iniciativas, especialmente en áreas como la sensibilización ambiental, la gestión de residuos, la inclusión de las comunidades locales en la toma de decisiones y la integración de criterios de sostenibilidad en la cadena de suministro. La distribución equitativa del compromiso en diferentes sectores industriales refleja un enfoque integral hacia la RSE y sugiere un impacto positivo en diversas áreas clave del desarrollo local del Magdalena.

CONCLUSIONES

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se ha convertido en un aspecto fundamental para las organizaciones, no solo por su impacto en la sociedad y el medio ambiente, sino

también por su influencia en la competitividad y sostenibilidad a largo plazo. Esta investigación ha revelado la importancia de comprender las causas y consecuencias de la baja responsabilidad social empresarial en las organizaciones, así como la necesidad de desarrollar estrategias efectivas para abordar este problema.

Los resultados obtenidos de la revisión de literatura, el análisis de códigos de ética y políticas de RSE, y el análisis comparativo de iniciativas de RSE en diferentes sectores industriales en el Magdalena, muestran un compromiso significativo por parte de las empresas con el desarrollo sostenible y el bienestar comunitario. Se identificaron prácticas exitosas de RSE en empresas del Magdalena, como la implementación de programas de desarrollo, proyectos de conservación ambiental, campañas de sensibilización sobre consumo responsable, inversión en infraestructura educativa y apoyo a agricultores locales.

Sin embargo, también se identificaron áreas de mejora en las políticas y prácticas de RSE de estas empresas, como la necesidad de mejorar la transparencia en la comunicación con las comunidades afectadas, la inclusión de las comunidades locales en la toma de decisiones ambientales, la gestión de residuos y el uso eficiente del agua, y la integración de criterios de sostenibilidad en la cadena de suministro.

Finalmente, este análisis demuestra un compromiso sólido de las empresas del Magdalena con la RSE y el desarrollo sostenible, pero también resalta la necesidad de continuar mejorando y ampliando las iniciativas de RSE para fortalecer su impacto social y ambiental. El enfoque integral hacia la RSE y la distribución equitativa del compromiso en diferentes sectores industriales sugieren un impacto positivo en diversas áreas clave del desarrollo local del Magdalena.

Referencias

Alpina. (2023). *NOS COMPROMETEMOS A CONSTRUIR CADA MAÑANA*. Obtenido de UN MUNDO SOSTENIBLE DE LA MANO DE TODO UN PAÍS:
<https://alpina.com/sostenibilidad/compromisos-sostenibilidad-alpina>

- Argos. (09 de septiembre de 2022). *Noticias y tendencias*. Obtenido de <https://argos.co/argos-aporta-al-mejoramiento-de-las-condiciones-educativas-de-bolivar/>
- Argos. (2024). *Grupos de interés*. Obtenido de <https://argos.co/grupos-de-interes/>
- Bansal, P., & Roth, K. (2000). *Why companies go green: A model of ecological responsiveness*. *Academy of Management Journal*, 43(4), 717-736. Obtenido de <https://www.jstor.org/stable/1556363>
- Bavaria S.A. (02 de Junio de 2019). *GESTIONAR PROGRAMAS DE MEDICINA PREVENTIVA Y DEL TRABAJO*. Obtenido de <https://www.bavaria.co/sites/g/files/seuoyk1666/files/2024-01/PoI%C3%ADtica%20de%20Promoci%C3%B3n%20de%20Consumo%20Responsable%20de%20alcohol%20y%20prevenci%C3%B3n%20de%20consumo%20de%20SPA%20y%20tabaco.pdf>
- Bavaria S.A. (2020). *Desarrollo Sostenible*. Obtenido de <https://www.bavaria.co/desarrollo-sostenible>
- Blowfield, M., & Murray, A. (2008). *Corporate responsibility: A critical introduction*. *Oxford University Press*. Obtenido de https://books.google.com.co/books/about/Corporate_Responsibility.html?id=sLGNUBozRt4C&redir_esc=y
- Blowfield, M., & Murray, A. (2008). *Corporate responsibility: A critical introduction*. *Oxford University Press*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/285850072_Corporate_Social_Responsibility_and_Communication
- Carroll, A. B. (1999). *Corporate social responsibility: Evolution of a definitional construct*. *Business & Society*, 38(3), 268-295. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/282441223_Corporate_social_responsibility_Evolution_of_a_definitional_construct
- Carroll, A. B. (1991). *The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders*. *Business Horizons*, 34(4), 39-48. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/4883660_The_Pyramid_of_Corporate_Social_Responsibility_Toward_the_Moral_Management_of_Organizational_Stakeholders
- Donaldson, T., & Preston, L. E. (1995). *The stakeholder theory of the corporation: Concepts, evidence, and implications*. *Academy of Management Review*, 20(1), 65-91. Obtenido de <https://www.jstor.org/stable/258887>
- DrummondLtd. (2024). *NUESTRA HISTORIA: 37 años trabajando por Colombia*. Obtenido de <https://www.drummondLtd.com/nuestra-compania/acerca-de-nosotros/nuestra-historia/>

- DrummondLtd. (2024). *SEGURIDAD Y SALUD*. Obtenido de <https://www.drummondLtd.com/nuestra-compania/seguridad-industrial/gestion-corporativa/seguridad-y-salud/>
- Ecopetrol. (Enero de 2022). *Estrategia Ambiental*. Obtenido de 31: <https://www.ecopetrol.com.co/wps/portal/Home/sostecnibilidad/ambiental/estrategia-ambiental>
- Fombrun, C. J. (1996). *Reputation: Realizing value from the corporate image*. Harvard Business Press. Obtenido de <https://www.scirp.org/reference/ReferencesPapers?ReferenceID=1899745>
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Pitman. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/228320877_A_Stakeholder_Approach_to_Strategic_Management
- Garriga, E., & Melé, D. (2004). *Corporate social responsibility theories: Mapping the territory*. *Journal of Business Ethics*, 53(1-2), 51-71. Obtenido de <https://link.springer.com/article/10.1023/B:BUSI.0000039399.90587.34>
- Hart, S. L. (1997). *Beyond greening: Strategies for a sustainable world*. *Harvard Business Review*, 75(1), 66-76. Obtenido de https://link.springer.com/chapter/10.1057/9781137015891_5
- Kotler, P., & Lee, N. (2005). *Corporate social responsibility: Doing the most good for your company and your cause*. John Wiley & Sons. Obtenido de <https://www.wiley.com/en-us/Corporate+Social+Responsibility%3A+Doing+the+Most+Good+for+Your+Company+and+Your+Cause-p-9780471476115>
- Maignan, I., & Ferrell, O. C. (2004). *Corporate social responsibility and marketing: An integrative framework*. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 32(1), 3-19. Obtenido de <https://psycnet.apa.org/record/2004-10265-001>
- Marrewijk, M. V., & Werre, M. (2003). *Multiple levels of corporate sustainability*. *Journal of Business Ethics*, 44(2-3), 107-119. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/225918057_Multiple_Levels_of_Corporate_Sustainability
- Matten, D., & Crane, A. (2005). *Corporate citizenship: Toward an extended theoretical conceptualization*. *Academy of Management Review*, 30(1), 166-179. Obtenido de <https://scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=2092242>
- McWilliams, A., & Siegel, D. (2001). *Corporate social responsibility: A theory of the firm perspective*. *Academy of Management Review*, 26(1), 117-127. Obtenido de <https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=1139833>
- Moon, J., & Vogel, D. (2008). *Corporate social responsibility, government, and civil society*. In A. Crane, A. McWilliams, D. Matten, J. Moon, & D. Siegel (Eds.), *The Oxford handbook of corporate social responsibility* (pp. 235-252). Oxford University Press. Obtenido de

https://www.researchgate.net/publication/289702652_Corporate_Social_Responsibility_Government_and_Civil_Society

- Morsing, M., & Schultz, M. (2006). *Corporate social responsibility communication: Stakeholder information, response and involvement strategies*. *Business Ethics: A European Review*, 15(4), 323-338. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/227627516_Corporate_social_responsibility_communication_Stakeholder_information_response_and_involvement_strategies
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2006). *Strategy & society: The link between competitive advantage and corporate social responsibility*. *Harvard Business Review*, 84(12), 78-92. Obtenido de <https://hbr.org/2006/12/strategy-and-society-the-link-between-competitive-advantage-and-corporate-social-responsibility>
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). *Creating shared value*. *Harvard Business Review*, 89(1/2), 62-77. Obtenido de <https://www.scrip.org/reference/referencespapers?referenceid=1304214>
- Sethi, S. P. (2003). *Globalization and corporate social responsibility: How nongovernmental organizations influence labor and environmental codes of conduct*. *Michigan Journal of International Law*, 21, 479-602. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/279957801_Globalization_and_Corporate_Social_Responsibility_How_Non-Governmental_Organizations_Influence_Labor_and_Environmental_Codes_of_Conduct
- Van Marrewijk, M. (2003). *Concepts and definitions of CSR and corporate sustainability: Between agency and communion*. *Journal of Business Ethics*, 44(2-3), 95-105. Obtenido de <https://link.springer.com/article/10.1023/A:1023331212247>
- Visser, W. (2006). *Revisiting Carroll's CSR pyramid: An African perspective*. In A. Crane, A. McWilliams, D. Matten, J. Moon, & D. Siegel (Eds.), *The Oxford handbook of corporate social responsibility* (pp. 223-233). Oxford University Press. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/237502601_Revisiting_Carroll's_CSR_Pyramid_An_African_Perspective
- Vogel, D. (2005). *The market for virtue: The potential and limits of corporate social responsibility*. Brookings Institution Press. Obtenido de <https://www.jstor.org/stable/26162426>
- Waddock, S. A. (2004). *Parallel universes: Companies, academics, and the progress of corporate citizenship*. *Business and Society Review*, 109(1), 5-42. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/228009929_Parallel_Universes_Companies_Academics_and_the_Progress_of_Corporate_Citizenship
- Waddock, S., & Graves, S. (1997). *The corporate social performance-financial performance link*. *Strategic Management Journal*, 18(4), 303-319. Obtenido de <https://www.jstor.org/stable/3088143>
- Wood, D. J. (1991). *Corporate social performance revisited*. *Academy of Management Review*, 16(4), 691-718. Obtenido de <https://www.jstor.org/stable/258977>

