

ORIGINAL

Artículo de investigación

Determinación de los aspectos materiales fundamentales para la Responsabilidad Social Empresarial de una compañía farmacéutica*

Determination of the key material aspects for Corporate Social Responsibility of a pharmaceutical company

Recibido: Mayo 28 de 2024 - Evaluado: Agosto 29 de 2024 - Aceptado: Noviembre 30 de 2024

Daniela Martínez-Palencia***

<https://orcid.org/0009-0006-5325-4049>

Bleidy Seay-Pérez***

<https://orcid.org/0009-0009-6607-5770>

Lilia Mercedes Mendoza-Vega****

<https://orcid.org/0000-0001-9384-6395>

Para citar este artículo / To cite this Article

Martínez-Palencia, D., Seay-Pérez, B., & Mendoza-Vega, L. M. (2025). Determinación de los aspectos materiales fundamentales para la Responsabilidad Social Empresarial de una compañía farmacéutica. *Revista Gestión y Desarrollo Libre*, 10(19), 1-12. https://doi.org/10.18041/2539-3669/gestion_libre.19.2025.12979

Editor: Dr. Rolando Eslava-Zapata

Resumen

Este artículo tiene como objetivo identificar los aspectos materiales que impactan la Responsabilidad Social Empresarial en una compañía farmacéutica en Barranquilla, Colombia. A través de un estudio de caso, se busca establecer un marco que guíe la implementación de prácticas de RSE efectivas, relevantes y beneficiosas para la empresa y la comunidad. Se utiliza una metodología mixta, combinando herramientas cualitativas y cuantitativas para la recolección y análisis de datos. El estudio se divide en cuatro etapas: identificación de grupos interesados, priorización de aspectos relevantes para la Responsabilidad Social Empresarial, fortalecimiento de la gestión sostenible y alineación de la estrategia corporativa con los pilares de sostenibilidad. Los resultados permiten diseñar un programa enfocado en cambio climático,

* Artículo inédito. Artículo de investigación e innovación. Artículo de investigación. Trabajo vinculado al grado profesional en Administración de Negocios Internacionales de la Universidad Libre de Colombia.

*** Estudiante de Administración de Negocios Internacionales en la Universidad Libre de Colombia. Email: danielac-martinezp@unilibre.edu.co

*** Estudiante de Administración de Negocios Internacionales en la Universidad Libre de Colombia. Email: bleidyj-seayp@unilibre.edu.co

**** Doctora en Ciencias económicas y administrativas por la Universidad para la Cooperación Internacional (UCI), Costa Rica. Profesora investigadora de la Universidad Libre de Colombia Seccional Barranquilla. Email: liliam.mendozav@unilibre.edu.co

comunidad y gestión de residuos, con el objetivo de contribuir al desarrollo sostenible y fortalecer la competitividad empresarial en un entorno altamente exigente.

Palabras Clave: Barranquilla, Colombia, Empresarial, Farmacéutica Responsabilidad, Social

Abstract

This article aims to identify the material aspects that impact Corporate Social Responsibility in a pharmaceutical company in Barranquilla, Colombia. Through a case study, it seeks to establish a framework to guide the implementation of practical, relevant, and beneficial CSR practices for the company and the community. A mixed methodology combines qualitative and quantitative tools for data collection and analysis. The study is divided into four stages: identification of stakeholders, prioritization of aspects relevant to Corporate Social Responsibility, strengthening of sustainable management, and alignment of corporate strategy with the pillars of sustainability. The results allow the design of a program focused on climate change, community, and waste management, aiming to contribute to sustainable development and strengthen business competitiveness in a highly demanding environment.

Keywords: Barranquilla, Colombia, Corporate, Pharmaceutical, Responsibility, Social

SUMARIO

INTRODUCCIÓN – MARCO TEORICO – ESQUEMA DE RESOLUCIÓN. - I. Problema de investigación. - II. Metodología. - III. Plan de redacción. – 1. Contexto de la Responsabilidad Social Corporativa. – IV. - Resultados de investigación. - 1. Mapeo de grupos de interés - 2. Identificación de aspectos materiales - 3. Diagnóstico de la gestión de RSE de la compañía. – 4. Formulación del programa de RSE. - CONCLUSIONES. - REFERENCIAS.

Introducción

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se refiere al compromiso de las empresas con respecto a su impacto social, ambiental y económico. A través de prácticas responsables, las organizaciones buscan contribuir al bienestar de la sociedad y reducir los efectos negativos sobre el medio ambiente. Según Giraldo-Correa & Collantes-Rubio (2020, p. 35), la RSE se convirtió en una estrategia competitiva clave, que permitió a las organizaciones no solo mejorar su imagen, sino también generar valor a largo plazo, considerando las expectativas de los *stakeholders*. En un mundo cada vez más interconectado, las organizaciones enfrentaron un creciente escrutinio por parte de consumidores, reguladores y comunidades, lo que las obligó a considerar no solo su rentabilidad, sino también su rol en el bienestar social y ambiental. Este enfoque resultó particularmente relevante en países en desarrollo como Colombia, donde la necesidad de prácticas empresariales responsables fue urgente debido a los desafíos sociales y económicos significativos.

Barranquilla, un importante centro industrial y comercial del Caribe colombiano, presentó un contexto único para el análisis de la RSE. La presencia de diversas empresas farmacéuticas en la región, combinada con un entorno social caracterizado por desigualdades y necesidades básicas insatisfechas, hizo que la implementación de prácticas responsables fuera no solo deseable, sino imperativa. Según Carreras, Alloza & Carreras (2013, p. 128), la RSE en estos contextos no solo mejoró la imagen corporativa, sino que también resultó en una mayor aceptación social y estabilidad a largo plazo, reforzando la competitividad de las organizaciones.

En este contexto, la RSE no se percibió como una simple tendencia, sino como una necesidad estratégica para que las empresas pudieran mantenerse competitivas y relevantes.

Las empresas que implementaron prácticas responsables lograron fortalecer su relación con los consumidores y la comunidad, promoviendo un modelo de negocio más ético y sostenible. Tal como indicaron Cochran & Wood (2017, p. 222), la RSE no solo contribuyó al bienestar social, sino que también generó beneficios financieros, ya que las empresas responsables mejoraron su desempeño económico gracias a una mayor lealtad de los consumidores y una reducción en los costos asociados a riesgos sociales y ambientales. Además, en el sector farmacéutico, donde la confianza es esencial, asumir un compromiso serio con la RSE pudo haber sido un factor diferenciador que favoreció tanto la aceptación social como la estabilidad a largo plazo. La creciente conciencia sobre los derechos humanos, la justicia social y la sostenibilidad ambiental obligó a las empresas a reflexionar sobre cómo sus operaciones afectaban el entorno, lo que las llevó a adoptar medidas para mitigar los impactos negativos.

El objetivo de este estudio fue analizar el impacto de la Responsabilidad Social Empresarial en las empresas farmacéuticas de Barranquilla, identificando las prácticas responsables más implementadas y sus efectos en la relación con los consumidores y la comunidad.

Esquema de resolución

1. Problema de investigación

¿Cómo impacta la implementación de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en las empresas farmacéuticas de Barranquilla en su relación con los consumidores y la comunidad, así como en su competitividad a largo plazo?

2. Metodología

De acuerdo con Hernández, Fernández & Baptista (2014, p. 56), el estudio desarrollado correspondió a un proceso de investigación descriptivo mixto, ya que se combinó el enfoque cuantitativo y cualitativo. Este diseño metodológico permitió obtener una visión integral de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en las empresas farmacéuticas de Barranquilla. El diseño de la investigación se dividió en cuatro etapas principales: mapeo de grupos de interés; identificación de aspectos materiales; diagnóstico de la gestión de RSE de la compañía; y formulación del programa de RSE.

A través de estas etapas, se buscó una comprensión detallada de las percepciones y necesidades de los grupos de interés, basándose en los principios de Freeman (1984, p. 101) y Elkington (1997, p. 220), quienes subrayan la importancia de involucrar a los *stakeholders* en el proceso de toma de decisiones empresariales. La muestra estuvo conformada por directivos y empleados de empresas farmacéuticas seleccionadas en Barranquilla, además de grupos de interés relevantes en la región, como consumidores y representantes de la comunidad local. Se aplicó un muestreo intencional, el cual permitió seleccionar a los participantes que pudieran aportar información relevante para el estudio.

Los instrumentos de recolección de datos incluyeron encuestas, talleres, entrevistas semiestructuradas y análisis de documentos corporativos sobre políticas y prácticas de RSE. Las encuestas fueron diseñadas para obtener datos cuantitativos sobre la percepción de los grupos de interés, mientras que las entrevistas y talleres fueron utilizados para recabar información cualitativa sobre las experiencias y opiniones de los participantes (Hernández *et al.*, 2014, p. 113).

El análisis y tratamiento de la información se realizó mediante un enfoque mixto: los datos cuantitativos fueron procesados y analizados utilizando software estadístico, mientras que los datos cualitativos fueron categorizados y analizados mediante análisis de contenido. Esta combinación permitió identificar patrones y tendencias tanto en las percepciones numéricas como en las narrativas cualitativas, lo que facilitó una comprensión más completa del impacto de la RSE en las empresas farmacéuticas de Barranquilla (Freeman, 1984, p. 114).

3. Plan de redacción

3.1. Contexto de la Responsabilidad Social Corporativa

La literatura ha señalado que las empresas que adoptaron una postura proactiva en RSE no solo mejoraron su reputación y relaciones con los *stakeholders*, sino que también lograron alcanzar beneficios económicos a largo plazo (Carroll, 1999, p. 70; Porter & Kramer, 2006, p. 89). En este contexto, Giraldo-Correa & Collantes-Rubio (2020, p. 56) afirmaron que la implementación efectiva de la RSE pudo haber sido un motor para la innovación y el crecimiento económico, al incorporar prácticas sostenibles que respondieron a las expectativas de los grupos de interés.

La determinación de los aspectos materiales que influyen en la RSE se presentó como un paso crítico para las empresas que buscaban implementar estrategias efectivas. Según la *Guía Global Reporting Initiative (GRI)* (Global Reporting Initiative, 2013, p. 112), los aspectos materiales son aquellos temas que reflejan las expectativas y preocupaciones de los grupos de interés, y que tienen un impacto significativo en la sostenibilidad de la organización. Este proceso implicó que las empresas farmacéuticas en Barranquilla debían identificar y priorizar los temas más relevantes para su contexto específico, lo que a su vez facilitó una mejor alineación con las expectativas de la comunidad. Según Giraldo-Correa & Collantes-Rubio (2020, p. 58), las empresas que lograron identificar estos aspectos materiales se posicionaron estratégicamente en un mercado cada vez más competitivo y consciente de la sostenibilidad.

Además de los beneficios económicos y reputacionales que podían derivarse de una implementación efectiva de la RSE, resultó crucial considerar el impacto social directo que las empresas farmacéuticas podían tener en comunidades como la de Barranquilla. Las organizaciones en este sector poseen una responsabilidad inherente de contribuir a la salud y bienestar de la población, especialmente en un país donde el acceso a medicamentos y servicios de salud es desigual. Esto resaltó la importancia de diseñar e implementar programas de RSE que no solo abordaran las necesidades inmediatas de la comunidad, sino que también fomentaran el desarrollo sostenible a largo plazo. Iniciativas como la educación en salud, la promoción de estilos de vida saludables y la inversión en infraestructura local pudieron haber tenido un efecto multiplicador en el bienestar comunitario, creando un ambiente más propicio para la prosperidad tanto de la empresa como de sus grupos de interés.

Por otro lado, la identificación y priorización de los aspectos materiales en la RSE no fue solo un ejercicio académico, sino que debió ser un proceso participativo que incluyó las voces de todos los *stakeholders* involucrados. La capacidad de una empresa para captar y responder a las expectativas de la comunidad pudo haber determinado su éxito en la implementación de prácticas responsables. La literatura sugiere que un enfoque colaborativo puede conducir a la creación de un valor compartido, donde tanto la empresa como la comunidad se benefician de una relación más sólida y transparente (Porter & Kramer, 2011, p. 146). Esto, a su vez, mejoró

la confianza y la lealtad hacia la marca, factores críticos en un mercado competitivo. Por lo tanto, un análisis profundo de los aspectos materiales no solo contribuyó a la responsabilidad social, sino que también se alineó con la estrategia de negocio a largo plazo, creando sinergias que beneficiaron a todos los involucrados.

4. Resultados de investigación

4.1. Mapeo de grupos de interés

El mapeo de los *stakeholders* resultó ser crucial en el proceso de RSE, ya que permitió identificar a los actores que ejercieron una influencia directa o indirecta sobre la empresa o que se vieron afectados por sus actividades. En el caso de la compañía farmacéutica en Barranquilla, los grupos de interés identificados incluyeron, entre otros, empleados, clientes, proveedores, accionistas, autoridades regulatorias, comunidades locales, universidades y expertos en sostenibilidad. Cada uno de estos grupos presentó diferentes expectativas y demandas que debieron ser atendidas de manera estratégica.

La revisión de la literatura sobre la gestión de *stakeholders* subraya la importancia de un enfoque inclusivo, considerando no solo los intereses internos, sino también las expectativas externas que pueden variar según la ubicación geográfica y el contexto socioeconómico (Freeman, 1984, p. 95). Este enfoque fue particularmente relevante en Barranquilla, donde las comunidades locales tenían necesidades específicas relacionadas con la salud y el acceso a productos farmacéuticos.

En este contexto, se identificó que los *stakeholders* de la empresa incluían no solo a los empleados y accionistas, sino también a la comunidad local, universidades, expertos en sostenibilidad, entes regulatorios, proveedores y clientes de la compañía. Con respecto a la comunidad local, estudios previos habían demostrado que la falta de comunicación y colaboración entre empresas y comunidades podría resultar en desconfianza y resistencia hacia las iniciativas de RSE (Vogel, 2005, p. 34). Por lo tanto, la identificación de aspectos materiales en el ámbito farmacéutico en Barranquilla no solo tuvo el potencial de mejorar la efectividad de las prácticas de RSE, sino que también contribuyó a fortalecer la relación entre la empresa y la comunidad. Este enfoque pudo haber generado un ciclo virtuoso en el que las acciones responsables de la empresa contribuyeron al desarrollo local, al mismo tiempo que fortalecieron su posición en el mercado.

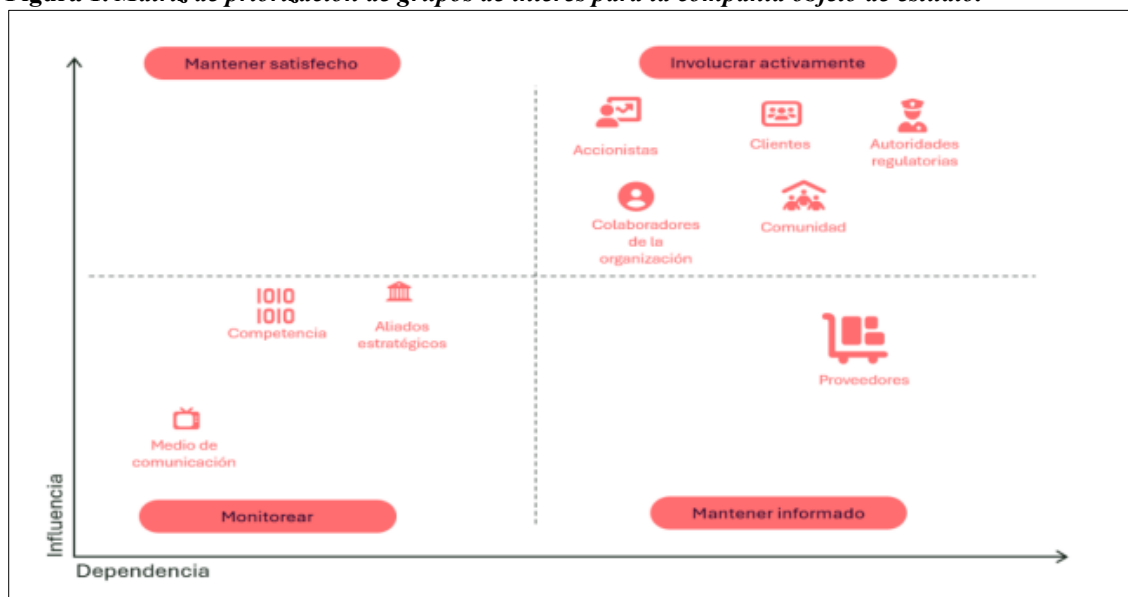
Para abordar este proceso, se diseñó un proceso de recopilación de datos que permitió escuchar las voces de todos los *stakeholders* relevantes. En el caso de la compañía farmacéutica objeto de estudio, se realizaron encuestas que incluyeron preguntas sobre la satisfacción de los empleados con las políticas de RSE, así como sobre su conocimiento de las iniciativas implementadas y posibles mejoras. Además, se aplicaron encuestas a la comunidad para medir el impacto de las actividades de la empresa en su calidad de vida. La recopilación sistemática de estos datos permitió identificar tendencias y áreas de mejora en la estrategia de RSE de la empresa.

Complementando las encuestas, las entrevistas semiestructuradas ofrecieron un espacio para profundizar en las experiencias y opiniones de los *stakeholders*. A través de estas conversaciones, se obtuvo información rica y detallada sobre cómo las iniciativas de RSE influyeron en la percepción de la empresa en la comunidad y en la relación con sus empleados. Por ejemplo, líderes comunitarios proporcionaron sus perspectivas sobre la efectividad de programas de salud implementados, mientras que directivos de la empresa compartieron su

visión sobre el papel de la RSE en la estrategia corporativa. Esta metodología permitió captar matices que no siempre se reflejan en los datos cuantitativos.

Finalmente, se clasificaron los grupos de interés mediante una evaluación de la relevancia que cada grupo tenía para la sostenibilidad de la organización. Como resultado de este proceso, se construyó una matriz en la que se presentaron gráficamente los grupos de interés de la compañía y los objetivos de relacionamiento con cada uno de ellos (figura 1). Como se puede apreciar en la figura 1, los grupos de interés que la compañía debe involucrar activamente en la gestión RSE, son: accionistas, autoridades regulatorias, clientes, colaboradores de la organización y la comunidad.

Figura 1. Matriz de priorización de grupos de interés para la compañía objeto de estudio.



Fuente: elaboración propia.

4.2. Identificación de aspectos materiales

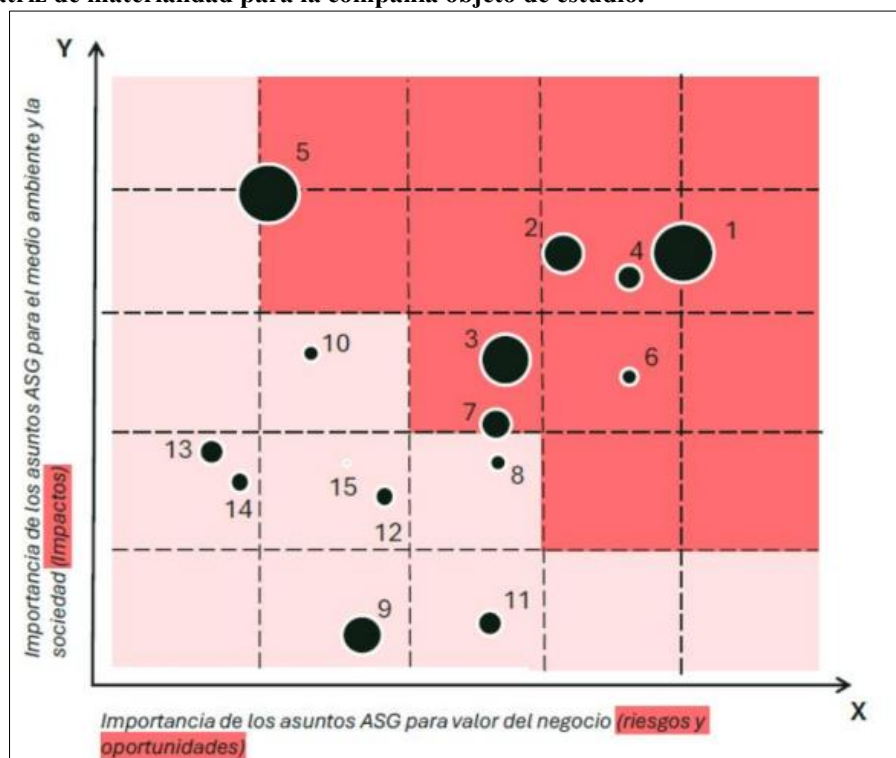
La identificación de los aspectos materiales fue una de las fases más importantes del proceso de RSE, ya que permitió a la empresa reconocer los temas que tuvieron un impacto significativo tanto en su sostenibilidad como en la de su entorno. De acuerdo con la Guía GRI (Global Reporting Initiative, 2013, p. 54), los aspectos materiales son aquellos que reflejan las preocupaciones y expectativas de los *stakeholders* y que tienen repercusiones tanto para la organización como para la sociedad. Además, Rochlin (2005, p. 102) señaló que una efectiva integración de la responsabilidad corporativa en el Ácido Desoxirribonucleico (ADN) de la empresa fue clave para gestionar los aspectos materiales de manera estratégica y sostenible.

El análisis de materialidad permitió identificar y priorizar los aspectos relevantes para la gestión de RSE de la compañía, con base en el contexto global de sostenibilidad y las tendencias sectoriales. Este análisis permitió identificar los focos de trabajo más relevantes para la compañía durante los siguientes 5 años, lo cual enriqueció la estrategia de la empresa, así como su relacionamiento estratégico con los grupos de interés internos y externos.

En el caso de la compañía farmacéutica, se identificaron aspectos materiales a través de la revisión de tendencias globales en RSE y sostenibilidad, y las especificidades del sector farmacéutico, que tiene una gran responsabilidad social debido a la naturaleza de sus productos y servicios. Esto incluyó la evaluación de aspectos como la seguridad y calidad del producto,

la innovación en el sector de la salud, el manejo de la cadena de suministro, el impacto ambiental de las operaciones y la contribución a la comunidad. La figura 2 presentó la matriz de materialidad para la compañía objeto de estudio, en la que se identificaron los temas críticos que la empresa debía trabajar en RSE (cambio climático; calidad y seguridad del producto en toda la cadena; cadena de suministro responsable; gestión de residuos; innovación, ciencia y tecnología; comunidad y gestión del capital humano).

Figura 2. Matriz de materialidad para la compañía objeto de estudio.



Fuente: elaboración propia.

4.3. Diagnóstico del estado RSE de la compañía.

Este fue un paso clave para asegurar que la empresa no solo fuera sostenible a nivel operativo, sino que también tuviera un impacto positivo en su entorno social y ambiental. Permitió alinear las actividades empresariales con los valores éticos y las expectativas de la sociedad, contribuyendo a un desarrollo más responsable y consciente a largo plazo. En esta fase se buscó fortalecer la gestión en sostenibilidad de la compañía, a través del autodiagnóstico de los temas materiales críticos identificados en la etapa anterior.

El propósito fue determinar el estado actual de la sostenibilidad en la empresa con respecto a los temas materiales. Como lo destacó Rochlin (2005, p. 115), fue esencial que la empresa no solo identificara los temas materiales, sino que también los integrara profundamente en su estrategia, lo que permitió fortalecer su compromiso y capacidad para generar un impacto positivo a largo plazo. El diagnóstico se realizó desde varios enfoques: estratégico, táctico y operativo (figura 3).

Para realizar el diagnóstico, se construyó una herramienta que permitió evaluar los temas materiales determinados como prioritarios. La herramienta consistió en una encuesta con puntajes que fue diligenciada por el personal de la compañía. El puntaje total determinó la

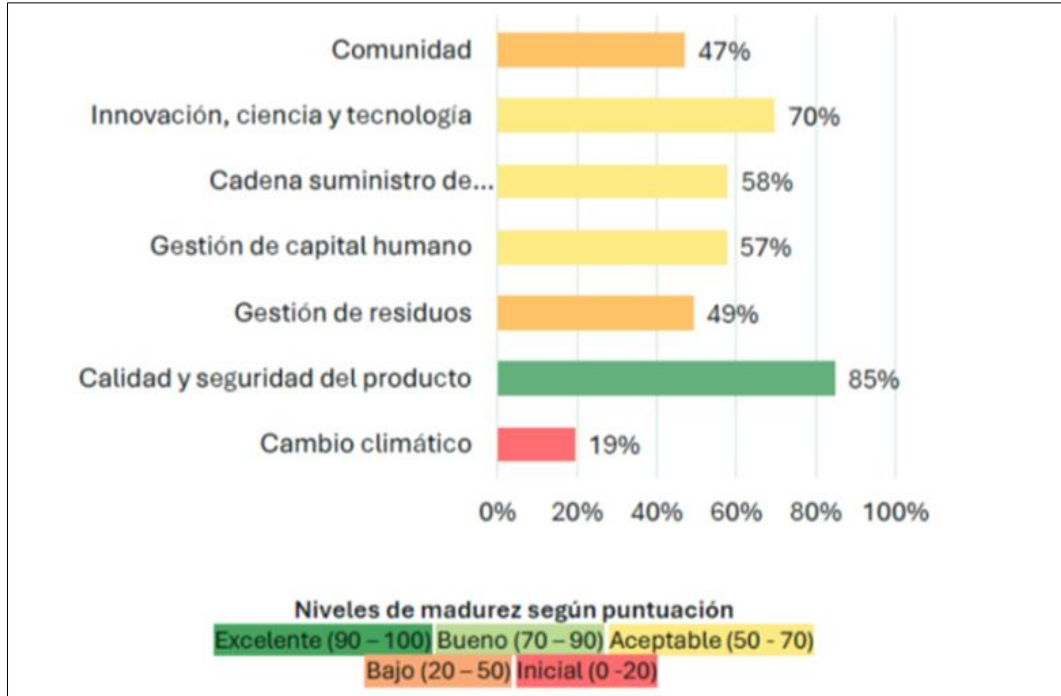
madurez de la sostenibilidad en la organización. Se diligenciaron un total de 116 encuestas, y la figura 4 contiene los resultados obtenidos en la evaluación.

Figura 3. Enfoques a partir de los cuales se realizó el diagnóstico del estado RSE de la compañía objeto de estudio



Fuente: elaboración propia.

Figura 4. Nivel de madurez de la organización en cada aspecto material evaluado



Fuente: elaboración propia

El análisis de los resultados obtenidos mostró que los siguientes aspectos obtuvieron menor puntaje: cambio climático (19,00%); comunidad (47,00%); y gestión de residuos (49,00%). Teniendo en cuenta lo anterior, la compañía se enfocó en estos aspectos para crear el programa de RSE. El análisis de los resultados arrojó que, en general, la compañía tenía un nivel de madurez moderado en su gestión RSE. Sin embargo, hubo áreas críticas que necesitaron mayor atención, especialmente en cuanto a la gestión de residuos y el cambio climático, que obtuvieron los puntajes más bajos.

Estos resultados reflejaron la necesidad de mejorar en la implementación de prácticas sostenibles y el desarrollo de programas específicos en estas áreas. Como señaló Rochlin (2005, p. 120), integrar la RSE en el ADN de la empresa fue esencial para asegurar que estas áreas fueran gestionadas de manera eficaz y con visión a largo plazo. Este diagnóstico no solo sirvió para identificar las debilidades en la gestión de RSE, sino también para definir una serie de indicadores de desempeño que facilitaron el seguimiento de los avances en el futuro. Además, el diagnóstico involucró a los empleados de diversos niveles de la organización, lo que permitió un enfoque integral y participativo en la toma de decisiones.

4.4 Formulación del programa RSE

Con base en los resultados obtenidos en la etapa anterior, la compañía decidió formular un programa de sostenibilidad enfocado en los aspectos relacionados con cambio climático, comunidad y gestión de residuos, que se detalló a continuación.

- Cambio climático: La compañía trabajó para la gestión de riesgos y oportunidades relacionados con el cambio climático. Para ello, se implementaron las siguientes acciones: medición y gestión de huella de carbono; programa de gestión eficiente de energía; y utilización de fuentes de energía renovables.
- Comunidad: las acciones RSE de cara a la comunidad que la compañía implementó fueron: generación de empleo joven; comunicación transparente con la comunidad; iniciativas en conjunto con la comunidad; apoyo al emprendimiento local; inversión social en la comunidad y programa de Voluntariado.
- Gestión de residuos: los programas implementados fueron los siguientes: programa de gestión eficiente de materiales y residuos; modelo de economía circular; gestión de los empaques y embalajes; y gestión de residuos peligrosos.

Estas acciones, alineadas con los aspectos materiales identificados en el diagnóstico, fueron diseñadas para mejorar la sostenibilidad de la empresa y generar un impacto positivo en su entorno social y ambiental. El análisis comparativo de las fuentes primarias consultadas permitió evidenciar que la compañía adoptó un enfoque integral y coherente en su estrategia de RSE, considerando los grupos de interés, identificando aspectos materiales relevantes y utilizando metodologías diversas para diagnosticar y formular su programa de sostenibilidad. Como afirmaron Arbelo-Álvarez & Pérez-Gómez (2001), la estrategia de RSE debe estar alineada con los recursos y capacidades de la empresa para que fuera eficaz y sostenible a largo plazo. A pesar de algunos desaciertos, como la falta de mayor integración de enfoques sectoriales específicos y la necesidad de métricas más robustas, el estudio evidenció un esfuerzo por adaptar las mejores prácticas de la teoría de RSE a su contexto particular.

Conclusiones

La implementación de la RSE representó una oportunidad significativa para que las empresas lograran un negocio más sostenible y responsable. En Colombia, diversas empresas pusieron en marcha iniciativas destacadas de RSE que sirvieron como ejemplo de buenas prácticas. En este contexto, es importante señalar que la RSE no solo contribuyó a la sostenibilidad social y ambiental, sino que también mejoró la competitividad empresarial a largo plazo. La Comisión de las Comunidades Europeas (2002, p. 34) subrayó que la RSE es una herramienta fundamental para que las empresas contribuyan al desarrollo sostenible, no solo en términos de crecimiento económico, sino también en el fortalecimiento del bienestar social y la protección ambiental. Este enfoque global y estratégico no solo ayudó a las empresas a cumplir con las expectativas sociales, sino que también les permitió crear valor económico a través de la mejora de su reputación y el fortalecimiento de las relaciones con sus grupos de interés.

En Colombia, diversas empresas implementaron iniciativas destacadas de RSE que sirvieron de referencia. Por ejemplo, la compañía de alimentos Alpina llevó a cabo programas de nutrición y educación en comunidades vulnerables, promoviendo hábitos saludables y contribuyendo al desarrollo local. Otro ejemplo es la iniciativa de Ecopetrol, que trabajó en proyectos de restauración ambiental y desarrollo comunitario, evidenciando su compromiso con el bienestar social y ambiental (Ecopetrol, 2020, p. 17). Bancolombia, la entidad financiera, tuvo un enfoque en la inclusión financiera y el apoyo a emprendedores. Su programa Bancolombia para la Educación ofreció recursos y capacitación para estudiantes y docentes, promoviendo el acceso a la educación de calidad. Grupo Éxito, la cadena de retail, implementó diversas iniciativas de sostenibilidad, como la reducción del uso de plásticos y el impulso de productos locales.

Además, Alpina con el programa Alianzas por la Educación buscó apoyar a comunidades vulnerables en el acceso a la educación. Cementos Argos promovió el desarrollo sostenible a través de su programa Construyendo Futuro, que apoyó proyectos de infraestructura en comunidades locales. También trabajó en la reducción de su huella de carbono y en la promoción de la economía circular. Postobón, con su programa Agua para la Prosperidad, buscó garantizar el acceso al agua potable en comunidades vulnerables. Además, la empresa se comprometió a reducir su impacto ambiental y a promover la salud y el bienestar a través de campañas de nutrición y actividad física. Estas experiencias demostraron cómo las acciones de RSE pueden generar un impacto significativo en la comunidad, lo que sirvió como inspiración para la compañía farmacéutica.

En la empresa objeto de estudio, se decidió enfocar el programa de RSE en acciones dirigidas a fortalecer favorablemente el cambio climático, la relación con la comunidad y la gestión integral de los residuos sólidos generados. El proceso metodológico empleado, que combinó enfoques cualitativos y cuantitativos, permitió captar una visión holística sobre las percepciones y necesidades de los grupos de interés. Esto subrayó la importancia de involucrar a todos los actores relevantes—empleados, comunidades, autoridades y clientes—en la toma de decisiones, lo que contribuyó a una mayor alineación con sus expectativas y fortaleció la relación con ellos. Además, el diagnóstico del estado actual de la gestión RSE reveló áreas críticas de mejora, como el cambio climático y la gestión de residuos, que debían ser abordadas de manera prioritaria.

Lacruz (2005, p. 56) destacó que las empresas ambientalmente responsables están mejor posicionadas para enfrentar los desafíos del futuro, especialmente en un contexto donde las cuestiones medioambientales son cada vez más relevantes. Este enfoque hacia la

responsabilidad ambiental no solo respondió a la necesidad de cumplir con las normativas ambientales, sino que también ofreció a las empresas la posibilidad de generar un impacto positivo en las comunidades donde operan, como se evidenció en los ejemplos de empresas colombianas que invirtieron en programas de sostenibilidad y desarrollo comunitario. La implementación de prácticas responsables en áreas como la gestión de residuos, la reducción de la huella de carbono y la inversión en infraestructuras sostenibles, como sugirió Lacruz (2005, p. 57), no solo benefició a la sociedad, sino que también mejoró la competitividad de las organizaciones en mercados cada vez más exigentes y conscientes de la sostenibilidad.

Finalmente, la formulación del programa RSE basado en estos resultados demostró que una estrategia bien estructurada no solo buscó cumplir con las expectativas sociales, sino que también se alineó con los intereses comerciales a largo plazo de la empresa. La implementación de prácticas responsables contribuyó al desarrollo sostenible y creó un valor compartido que benefició a la organización y a la sociedad. En conclusión, la RSE representó una oportunidad para que las empresas farmacéuticas en Barranquilla desempeñaran un papel proactivo en la construcción de un entorno más equitativo, saludable y sostenible.

Referencias

- Arbelo-Álvarez, A., & Pérez-Gómez, P. (2001). La reputación empresarial como recurso estratégico: Un Enfoque de recursos y capacidades. *En XI Congreso Nacional de ACEDE* (págs. 1-16). España: ACEDE.
https://www.researchgate.net/publication/242084664_LA_REPUTACION_EMPRESARIAL_COMO_RECURSO ESTRATEGICO_UN_ENFOQUE_DE_RECURSOS_Y_CAPACIDADES
- Carreras, E., Alloza, A. A., & Carreras, A. (2013). Reputación Corporativa. Madrid: Editorial LID Empresarial.
- Carroll, A. B. (1999). Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct. *Business & Society*, 38(3), 268-295.
https://www.researchgate.net/publication/282441223_Corporate_social_responsibility_Evolution_of_a_definitional_construct
- Cochran, P. L., & Wood, R. A. (2017). Corporate Social Responsibility and Financial Performance. *Academy of Management*, 27(1), 42-56. <https://doi.org/10.2307/255956>
- Comisión de las Comunidades Europeas. (2002). La responsabilidad social de las empresas: Una contribución empresarial al desarrollo sostenible. Bruselas: Comisión de las Comunidades Europeas. <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2002:0347:FIN:es:PDF>
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. United States: Wiley.
- Ecopetrol. (2020). *Informe de Sostenibilidad*.
<https://files.ecopetrol.com.co/web/esp/cargas/ecopetrol-rigs2020.pdf>

- Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. United Kingdom: Pitman Publishing.
- Giraldo-Correa, M. P., & Collantes-Rubio, J. (2020). Responsabilidad Ambiental Como Estrategia Competitiva De Las Organizaciones. *Dictamen Libre*, (27). <https://doi.org/10.18041/2619-4244/dl.27.6644>
- Global Reporting Initiative. (2013). *G4 Sustainability Reporting Guidelines*. <https://www.globalreporting.org/>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw Hill.
- Lacruz, M. F. (2005). La empresa ambientalmente responsable. Una visión de futuro. *Economía*, 21, 39-58. <https://www.redalyc.org/pd-f/1956/195617349003.pdf>
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2006). Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. *Harvard Business Review*, 84(12), 78-92. <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.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2019). Creating Shared Value: Competitive Advantage through Social Impact. *Harvard Business Review*, 97(1), 20-28. <https://www.fsg.org/resource/creating-shared-value-competitive-advantage-through-social-impact/>
- Rochlin, S. (2005). Llevar la responsabilidad corporativa al ADN de su empresa. *Harvard Business Review*, 83(8), 31-38. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1420646>
- Vogel, D. (2005). *The Market for Virtue: The Potential and Limits of Corporate Social Responsibility*. United States: Brookings Institution Press.