

Acciones de Responsabilidad Social Empresarial que las Farmacias del Gran Área Metropolitana han realizado con el fin de contribuir con el desarrollo económico o social de su comunidad

*Cindy Boniche León, Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología.
Diciembre, 2013.*

RESUMEN

El propósito de esta investigación es reconocer las acciones que las farmacias del Gran Área Metropolitana han realizado con el fin de contribuir con el desarrollo económico o social de su comunidad. La investigación realizada es de tipo cualitativa y consiste en la recolección de 32 entrevistas aplicadas a funcionarios directos de las farmacias las cuales fueron identificadas durante un recorrido por distintas zonas del GAM durante un periodo de un mes.

Como resultado de la investigación y el análisis de datos, se identificó que la mayoría de las farmacias contribuyen con el desarrollo de su comunidad de forma económica o social a través de acciones diversas de Responsabilidad Social Empresarial y que estas acciones se realizan durante todo el año. Sin embargo, también se identifica la falta de conocimiento que tienen los funcionarios sobre el concepto de Responsabilidad Social Empresarial y la ausencia de programas de esta índole. Por ende se afirma que las farmacias si realizan diversos esfuerzos de RSE los cuales se cumplen dependiendo de las necesidades que surgen en el momento y en la comunidad donde se ubica la farmacia. Adicionalmente y debido a la falta de programas específicos, se sugiere su implementación con el fin de agregar valor a la comunidad y al negocio.

¹ Bachiller en Administración de Negocios y candidata al grado de Licenciatura en Administración de Negocios de Ulacit. Contacto: boniche01@hotmail.com

Palabras clave: Responsabilidad Social Empresarial, Grupos de interés, Desarrollo económico y social de la comunidad, Frecuencia.

ABSTRACT

The purpose of this research is to recognize the actions or efforts that the pharmacies of the Greater Metropolitan Area have been doing in order to contribute with the economic or social development of their community. The research is qualitative type and consists in 32 interviews applied to direct employees of the pharmacies which were identified while going through different areas of the GMA during a period of a month.

As a result of the research and data analysis, it was found that most pharmacies contribute to the development of their community in an economic or social way through several actions of Business Social Responsibility and that these actions have been doing throughout the year. However, it was also identified the lack of knowledge among employees about the concept of Business Social Responsibility and the absence of such programs. Thus it is stated that the pharmacies make several efforts of BSR which have been given depending on the needs arising in the community where the pharmacy is located. Additionally, due to the lack of specific programs, their implementation is suggested in order to add value to the community and the business.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Stakeholders, economic and social development of the community, Frequency.

INTRODUCCIÓN

A través de los años las empresas han reconocido la importancia de ser sostenibles y contar con buenas relaciones con sus grupos de interés. Más allá de solo generar productos y servicios que satisfagan la demanda de los consumidores y percibir ganancias para la continuidad del negocio, han debido aprender de sí mismas y de su entorno sobre la necesidad apremiante de ser socialmente responsables y generar valor compartido. Como consecuencia, las empresas han realizado programas y acciones de responsabilidad social para impactar de forma positiva a las comunidades y los países donde operan; contribuyendo así en su desarrollo económico, social y ambiental.

Se considera por ende en este trabajo la importancia de saber cuáles son los esfuerzos o acciones que las empresas privadas, farmacias, han realizado en el Gran Área Metropolitana. Para que estos esfuerzos sean reconocidos los mismo han debido demostrar su contribución económica o social en su comunidad. Por otra parte, es importante identificar los grupos de interés lo cuales forman parte de la comunidad y son actores importantes en los esfuerzos de responsabilidad social, estos pueden ser diferentes dependiendo de la importante que sean para una farmacia determinada. Se consideran grupos de interés a las partes que interactúan con el negocio y que generan valor al mismo. Podemos mencionar entre ellos al gobierno, comunidad, accionistas, proveedores, consumidores, empleados, entre otros.

Se afirma que las farmacias han contribuido verdaderamente con el desarrollo económico o social de su comunidad por medio de acciones de RSE. Ya que, aunque existen desde farmacias que cuentan con una solo sucursal hasta unas cuantas que tienen varias sucursales a lo largo del país, estas en su mayoría tratan de hacer donaciones o contribuciones, las cuales responden a diversas necesidades que surgen en su comunidad. Para efectos del presente estudio se ha incluido una muestra de farmacias donde la mayoría cuentan con una sola sucursal.

Dentro de los esfuerzos de Responsabilidad Social Empresarial que existen se pueden mencionar desde programas de educación, voluntariado, reciclaje, donaciones para distintos propósitos, hasta mejoras en la infraestructura del país o comunidad, además de la generación de fuentes de empleo. En fin, este estudio nos permitirá conocer una suma de acciones y listar el nombre de varias farmacias que practican la Responsabilidad Social Empresarial y su impacto en una zona determinada dentro del Gran Área Metropolitana.

A continuación se plantea el problema: ¿Cuáles son las acciones de RSE que las farmacias del GAM han realizado con el fin de contribuir con el desarrollo económico o social de su comunidad?

De aquí se deriva el objetivo General: Identificar las acciones de RSE que farmacias del GAM han realizado con el fin de contribuir con el desarrollo económico o social de su comunidad.

Como objetivos específicos se menciona:

- Identificar los grupos de interés de las farmacias.
- Determinar la contribución económica o social que las acciones de RSE han generado en las distintas comunidades.
- Identificar la frecuencia con la que se llevan a cabo estas acciones.

Seguidamente, se plantea la hipótesis: Las farmacias del GAM han contribuido con el desarrollo económico o social de su comunidad por medio de acciones de RSE.

Marco Teórico

Para conocer sobre el concepto de Responsabilidad Social Empresarial y la contribución que generan los programas de RSE en su comunidad o país, se puede encontrar una lista de Normas y Estándares que señalan el tipo de esfuerzos y comportamientos que se deben llevar a cabo a nivel nacional e internacional. Adicional, existen ya muchas organizaciones que realizan esfuerzos en conjunto con empresas privadas para lograr obtener resultados significativos entorno a la responsabilidad empresarial y la contribución que generan en los tres vectores: social, económico y ambiental. Para efecto de nuestro estudio, solo nos referiremos al impacto social y económico.

Entre las Normas y Estándares Internacionales existentes puede mencionar las siguientes:

Norma de aseguramiento AA1000: “es un estándar de aplicación general para evaluar, atestiguar y fortalecer la credibilidad y calidad del informe de sostenibilidad de una organización y de sus principales procesos, sistemas y competencias. Asimismo, provee de orientación sobre los elementos clave del proceso de aseguramiento.” (Asociación Empresarial para el Desarrollo, 2013)

Para el campo del reporting y la transparencia esta la siguiente guía: “Global Reporting Initiative (GRI) ofrece una guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad que permite detallar el desempeño económico, social y medioambiental de las empresas a través de los indicadores que se especifican en este documento.” (Asociación Empresarial para el Desarrollo, 2013)

Con respecto a la Responsabilidad Social Empresarial se encuentran los siguientes principios:

En 1999, el Reverendo León Sullivan lanzó los Principios Globales Sullivan, luego de realizar un proceso de consulta y validación con varias compañías y públicos de interés. El objetivo de estos principios es estimular a las compañías a apoyar la justicia económica, social y política en cualquier

lugar que hagan negocios; apoyar el respeto a los derechos humanos y estimular la igualdad de oportunidades a todo nivel de empleo, incluyendo diversidad racial y de género; así como contribuir a mejorar la calidad de vida de las comunidades donde las empresas operan. (Asociación Empresarial para el Desarrollo, 2013)

También están las guías integradas de sostenibilidad para la gestión empresarial:

El proyecto SIGMA, lanzado en 1999 y desarrollado por Accountability, Forum for the Future y The British Standards Institution (BSI), tiene como meta proveer de asesoría clara y práctica a las organizaciones para ayudarlas a realizar contribuciones significativas al desarrollo sostenible. El proyecto SIGMA ha desarrollado guías dirigidas a ayudar a las empresas a superar de modo efectivo los desafíos impuestos por los dilemas éticos en las áreas social y ambiental. (Asociación Empresarial para el Desarrollo, 2013)

Las normas ISO 26000 es otra guía que muchas empresas están utilizando: “La ISO 26000 proporciona una guía a toda organización sobre principios, conceptos y materias fundamentales relacionadas con responsabilidad social. Su objetivo es animarles a ir más allá del cumplimiento legal, reconociendo que el cumplimiento de la ley es un deber fundamental de cualquier organización y una parte esencial de su responsabilidad social.” (Asociación Empresarial para el Desarrollo, 2013)

Están también las normas de la ONU sobre las Responsabilidad en las Empresas Transnacionales y sobre Derechos Humanos:

Fueron aprobadas en agosto del 2003 por la sub-comisión para la promoción y protección de los Derechos Humanos de las Naciones Unidas, y están basadas en la experiencia de varios códigos anteriores. Los principios declarados en esta iniciativa, a diferencia del UN Global Compact, tienen una mayor cobertura de áreas de RSE, integrando temas como derechos humanos, derechos laborales, medio ambiente, aspectos de

desarrollo, prácticas anti-corrupción y guías sobre protección del consumidor. (Asociación Empresarial para el Desarrollo, 2013)

Seguidamente se incluye el concepto de Responsabilidad Social Empresarial según las Norma ISO 26000:

Responsabilidad de una Organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y en el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente que: contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad; tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas, cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento, y está integrada en toda la Organización y se lleve a la práctica en sus relaciones. (Romero, 2010)

También se incluye la definición de RSE según la Asociación Empresarial para el Desarrollo:

Para nuestra organización, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es el compromiso permanente de las empresas para aumentar su competitividad mientras contribuyen activamente al desarrollo sostenible de la sociedad costarricense mediante acciones concretas y medibles dirigidas a solucionar los problemas prioritarios del país. La RSE no es simple filantropía, ni se limita a un programa o proyecto específico, sino que se trata de una nueva forma de gestionar negocios, mediante relaciones responsables con cada uno de los stakeholders o partes interesadas. La RSE debe permear todas las acciones de una empresa, ya que se trata de una estrategia. (Asociación Empresarial para el Desarrollo, 2013)

Dentro del concepto RSE se menciona a las partes interesadas o stakeholders los cuáles son los beneficiarios de las acciones responsables de las empresas. A continuación se encuentra la definición según la ASD:

Los stakeholders o partes interesadas son individuos o colectivos con los que la empresa tiene relación, que se ven afectados por sus actividades o que pueden afectarlas. Cada empresa tiene sus propias partes interesadas, pero algunas de las más comunes son las siguientes: Propietarios y accionistas, Empleados, Proveedores, Comunidad, Inversores, Clientes y consumidores, Gobierno y entes reguladores, Medios de comunicación, Sindicatos, ONGs y grupos de presión, Comunidades locales, Competidores, Aliados, Líderes de opinión, Comunidad académica y científica, Instituciones internacionales (Asociación Empresarial para el Desarrollo, 2013)

A continuación se incluye el concepto de partes interesadas según el folleto sobre las normas ISO 26000:

A escala mundial, las organizaciones y sus partes interesadas son cada vez más conscientes de la necesidad y los beneficios de un comportamiento socialmente responsable. El objetivo de la responsabilidad social es contribuir al desarrollo sostenible. El desempeño de una organización en relación con la sociedad en la que opera y con su impacto sobre el medio ambiente se ha convertido en una parte crítica al medir su desempeño integral y su habilidad para continuar operando de manera eficaz. En parte, esto es reflejo del creciente reconocimiento de la necesidad de asegurar ecosistemas saludables, equidad social y buena gobernanza de las organizaciones. En el largo plazo, todas las actividades de las organizaciones dependen de la salud de los ecosistemas mundiales. Las organizaciones están sometidas a un escrutinio cada vez mayor por parte de sus diversas partes interesadas. (Organización Internacional de Estandarización, 2013)

Al respecto de la RSE en la comunidad la página de Responsabilidad Empresarial menciona:

La idea de la acción social, entendida como una de las competencias de la Responsabilidad Social Corporativa, no es competir con nadie, sino encontrar prácticas comunes que beneficien a la comunidad y, por ende, a la empresa como parte de ella. El compromiso duradero sumado a la implicación activa, son elementos indispensables para el desarrollo social, humano e institucional dentro del tejido comunitario. Si no entendemos la profunda interrelación entre estos tres ámbitos (social, humano e institucional), es muy difícil crear una salida digna a los problemas y necesidades sociales. (Responsabilidad Social Empresarial, 2013)

El Incae también se refiere a las motivaciones de las empresas para incorporar prácticas de RSE: “Un mejor desempeño social y ambiental puede traducirse en una mejora en la competitividad y en un mejor desempeño económico de las empresas y en consecuencia en un aumento de su valor. Esto es posible observarlo en la trayectoria de distintos índices bursátiles especializados, los cuales han diseñado indicadores que permiten mostrar el desempeño de las empresas en los diversos aspectos que alcanza la responsabilidad social.” (Prado, Flores, & Pratt, 2004)

La difusión que tiene hoy en día la RSE en nuestra sociedad hace que se facilite encontrar información sobre los esfuerzos que se han llevado a cabo alrededor del mundo para implementar y medir su efectividad. En Costa Rica sin embargo, no existe tanta información sobre esfuerzos que se realicen en sectores específicos, la mayoría de empresas hacen esfuerzos independientes de RSE y los publican a través de sus sitios web.

Muchos de los ministerios y ONGs han conseguido alianzas con empresas privadas para poder generar proyectos con mayor impacto y mayores beneficios para nuestro país. Además existe la Asociación Empresarial para el Desarrollo que

cuenta con más de 100 empresas asociadas del sector privado las cuales han contribuido con esfuerzos varios de RSE.

Para este estudio se desea identificar los esfuerzos de RSE que las farmacias han llevado a cabo con el fin de contribuir con el desarrollo económico o social de su comunidad. Las farmacias consideradas están ubicadas dentro del Gran Área Metropolitana donde se encuentra la mayor concentración de empresas tanto del sector privado como del público y por esta concentración se facilita la ubicación de suficientes farmacias que actualmente contribuyan en su comunidad con acciones de RSE.

A continuación se encuentra una breve descripción del GAM según la página de la Universidad de Costa Rica y datos tomados del INEC:

La Gran Área Metropolitana (GAM) es la gran región metropolitana de Costa Rica que alberga a poco más de la mitad de la población y cuya población crece al mismo ritmo que el resto del país. La GAM domina el sistema urbano de Costa Rica por su tamaño y por su localización en el centro de la nación. Hasta hace muy poco el sistema de carreteras de Costa Rica era casi exclusivamente radial lo que amplificaba la importancia de la región metropolitana. La GAM es una región multi nuclear en donde las ciudades de San José, Alajuela, Cartago y Heredia son subcentros muy importantes que se ven paradójicamente fortalecidos por la mala calidad del transporte que dificulta una integración más profunda de los mercados de trabajo de la región. (Universidad de Costa Rica, 2013)

Finalmente damos una breve descripción de lo que es el Sector Farmacéutico en Costa Rica según un estudio realizado por Proexport Colombia y Banco Interamericano de Desarrollo y Fondo Multilateral de Inversión (BID-FOMIN):

Al tener relación directa con la salud, este sector se ha caracterizado por ser de gran relevancia a nivel social, ya que a través de la historia costarricense al igual que se le ha dado gran importancia al sector de educación, el gobierno ha velado por el bienestar social, creando un buen sistema de salud nacional a bajo costo. Es por esta preocupación que se crea el Sistema de Seguridad Social Nacional en 1940. Fecha desde la cual el gobierno ha velado por el mejoramiento de la salud mediante la modernización de clínicas y hospitales del país. Lo que ha permitido que Costa Rica goce de uno de los más avanzados sistemas de salud en Latinoamérica. (Proexport Colombia y Banco Interamericano de Desarrollo y Fondo Multilateral de Inversión, 2004)

Proexport Colombia y Banco Interamericano de Desarrollo y Fondo Multilateral de Inversión también destacan el porcentaje de participación con respecto a la venta de los productos farmacéuticos y el comportamiento de este mercado en Costa Rica:

Es debido a estas características (sistema avanzado de salud y trayectoria) que la demanda de medicamentos y productos farmacéuticos es alta. Siendo la CCSS el principal importador y consumidor de medicamentos y productos farmacéuticos del país con una participación de 75%, mientras que las restantes empresas privadas en todo el país, unas 500 farmacias, consumen el restante 25%. El mercado farmacéutico en Costa Rica ha presentado un comportamiento creciente durante los últimos años. Entre los factores que contribuyen a este aumento están: 1. Aumento de las necesidades de medicamentos más especializados y de mayor valor. 2. El aumento de la inmigración de otros países Centroamericanos, especialmente de Nicaragua. 3. Aumento en el interés de las personas por artículos relacionados con el cuidado del cuerpo, tal como es el caso de cremas y medicamentos para adelgazar. 4. Aumento de la población estadounidense principalmente, que habita en el país, ya que muchos son

pensionados y consumen mayor cantidad de medicamentos debido a su edad. (Proexport Colombia y Banco Interamericano de Desarrollo y Fondo Multilateral de Inversión, 2004)

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Para fines del presente trabajo y de acuerdo a la finalidad de este estudio se realizó una investigación cualitativa que pretendía a través de entrevistas recopilar la información necesaria para llevar a cabo un reconocimiento donde se identifiquen los esfuerzos o acciones de Responsabilidad Social Empresarial en las farmacias.

La muestra utilizada para la investigación es de 32 farmacias ubicadas en el Gran Área Metropolitana. La entrevista fue aplicada a colaboradores directos de dichas empresa. Se hizo un recorrido por distintas zonas del GAM con el fin de recopilar el número suficiente de farmacias para cubrir la muestra. El periodo de recolección se realizó del 25 de octubre del 2013 y se concluye el 25 de noviembre de 2013. El tiempo estimado para completar la entrevista fue de 10 a 15 minutos.

La entrevista consta de 10 preguntas que se seccionan en cuatro variables relevantes a la investigación y relacionadas con el objetivo general y específicos:

1. Responsabilidad Social Empresarial
2. Grupos de Interés
3. Desarrollo económico y social de la comunidad
4. Frecuencia

Las preguntas se plantearon de forma clara y con un léxico simple con el fin de permitirle al funcionario entrevistado comprenderlas con facilidad y responderlas de la misma forma. Además, se solicitó una carta por parte de Ulacit para poder presentarla y dejar en claro que la entrevista se realizado con fines académicos.

Las limitaciones identificadas a la hora de aplicar la muestra son las siguientes: se contaba con poco tiempo para visitar las farmacias, se identificó falta de conocimiento sobre los conceptos de Responsabilidad Social Empresarial y partes interesadas, se debió contactar al dueño o a los Farmacéuticos/regentes ya que los dependientes conocían los conceptos ni todas las acciones realizadas y por

último, debido al tamaño de los locales donde se ubican las farmacias y por atender directamente al público, fue difícil contar con la concentración total del entrevistado ya que estaba atendiendo a la clientela al mismo tiempo.

Otra limitación adicional surge debido al tipo de investigación, se sugiere que para un próximo estudio se utilice una investigación cuantitativa para cubrir una muestra mayor ya que actualmente en Costa Rica existen alrededor de 500 farmacias.

DISCUSIÓN Y RESULTADOS

Como consecuencia del trabajo de campo realizado al aplicar las entrevistas se ha logrado llegar a la siguiente descripción de resultados:

La entrevista se dividió en cuatro variables: Desarrollo económico y social de la comunidad, Frecuencia, Grupos de interés y Responsabilidad Social Empresarial. Lo anterior con el objetivo de determinar diferentes aspectos relaciones a las Acciones de Responsabilidad Social Empresarial que las farmacias del Gran Área Metropolitana han realizado con el fin de contribuir con el desarrollo económico o social de su comunidad.

Inicialmente se analiza la variable de Desarrollo económico y social de la comunidad con la cual se conoce la trayectoria o tiempo que las farmacias tienen de estar operando en su comunidad, también cual ha sido su participación y la retribución que las farmacias perciben por parte de la comunidad.

Dentro del GAM se cuenta con farmacias que tienen varios años de estar presentes en la comunidad. Se menciona 14 Farmacias que tienen de 1.5 a 9 años, 10 menciones de 10 a 20 años y 8 menciones de 29 a 100 años. Se denota entonces que las Farmacias son negocios que pueden perdurar largo tiempo prestando servicios a la comunidad y que otra parte tiene menos tiempo de estar presente.

Sobre la participación de las Farmacias en el desarrollo de la comunidad, se observó que la principal contribución por parte de las mismas es proveer servicios de salud mediante la atención de consultas, la venta de medicamentos y la atención de pacientes esta contribución conto con 32 menciones. Además, hubo 15 menciones sobre contribuciones o donaciones a diferentes obras de bien social. También son considerados los buenos precios como aporte a la comunidad, el buen servicio con 8 menciones y el proveer fuentes de empleo.

Por otra parte, las farmacias reconocen que los beneficios que su negocio ha recibido como retribución por parte de sus clientes son la confianza la cual le permite regresar constantemente, el crecimiento de su negocio, la continuidad a través de los años y por último la fidelidad y la lealtad. Básicamente estos son aspectos que han permitido que la mayoría de las empresas tengan varios años de funcionar.

A continuación, se analiza con qué frecuencia las farmacias han contribuido con la comunidad y por qué en muchos casos no ha sido mayor su contribución:

Del total de la muestra 14 entrevistados consideran que la ayuda que se presta a la comunidad es diaria, 8 que contribuyen mensualmente, mientras que solo 6 contribuyen anualmente. Básicamente las farmacias, en su mayoría, dicen contribuir diariamente debido a que siempre están atendiendo las necesidades de salud de su comunidad. Esto se alinea al giro del negocio pero sería idóneo que tuvieran programas o acciones calendarizadas, con presupuesto y que involucre a todo el personal en las distintas ayudas.

Es por ello que al consultar por qué no contribuyen con más frecuencia en 12 ocasiones no respondieron pues dicen que ya están ayudando constantemente. El resto de las Farmacias tienen opiniones variadas al respecto: no ayudan más pues desean mantener el interés, creen que las actividades son limitadas o que no piden mucha ayuda. También ven como limitante el tamaño del negocio, la falta de tiempo y de personal. En resumen, no ven las contribuciones como una estrategia de negocio en la cual ellos deben tomar la iniciativa pero si están anuentes a contribuir cuando se acerquen al negocio a solicitar ayudas.

Al generar la pregunta de cuáles son sus grupos de interés, se debió dar una previa explicación para que los entrevistados se ubicaron sobre este concepto pues no lo conocen bien. Las farmacias del GAM identifican a sus grupos de

interés como los clientes y consumidores con 26 menciones, seguidos de la comunidad con 20 menciones, proveedores con 19 menciones, empleados con 16 menciones, gobiernos y entes reguladores con 13 menciones, comunidad académica y científica con 7 menciones. También se mencionó a los Aliados, competidores, Propietarios y accionistas.

Sobre el tipo de relación que tienen con sus grupos de interés, la muestra entrevistada la califica de muy buena y buena (16 menciones), excelente (5 menciones), bien (4 menciones), entre otras apreciaciones. En su mayoría, los funcionarios no dieron más detalle sobre cómo se relación con los diferentes grupos, pero si entienden la importancia de conservar las buenas relaciones para la continuidad del negocio y esto va muy de la mano con lo que se menciona en las Normas ISO 26000. En la cual se destaca como las organizaciones son cada vez más conscientes de la necesidad y de los beneficios que esto conlleva.

Sobre los beneficios que reciben las farmacias por parte de sus grupos de interés se mencionan: prestigio empresarial, beneficios económicos, lealtad, confianza, buenas relaciones comerciales, oferta de buenos precios, la frecuencia o constancia con la que hacen pedidos, continuidad del Negocio, los visitan con frecuencia, fidelidad, reciben charlas, colaboración, formación de equipos, proactividad, desde consumo de productos a colaboración, entrega de medicamentos en forma oportuna, empleados comprometidos, los clientes los ven como la solución inicial a sus problemas de salud, mayor número de clientes, más consultas, mas ventas, el mantenimiento del negocio, por el giro de negocio apoyo de proveedores y buena relación con el cliente, respecto, buenas opiniones acerca del servicio y el mantenimiento de la clientela, cooperación, oportunidades de crecimiento, compras de mayor volumen, alianzas, proveen y compran, compromiso, retroalimentación, consejos, descuentos, campañas en conjunto, apoyo económico.

Se dan beneficios tangibles e intangibles, entre ellos el apoyo estratégico, difusión, oportunidades de negocio, lealtad de compra, condiciones de compra, preferencia y apoyo, clientes frecuentes. Son muchos los beneficios que en conjunto se consideran pero muy pocas farmacias mencionaron los mismos. Lo que cabe destacar es que todas las farmacias reconocen como al encontrar prácticas que benefician a la comunidad también se beneficia su negocio por ser parte de la comunidad haciendo concordancia con lo menciona la página de Responsabilidad Social Empresarial al respecto.

A continuación, se describe el conocimiento u opinión que las farmacias tienen sobre la RSE y se determina cuáles son las acciones que llevan a cabo:

Parte del desafío a la hora de consultar sobre la opinión de los funcionarios de las farmacias sobre los programas de RSE fue que los mismos no tenían claro el concepto por lo cual se debió dar una breve introducción. Sin embargo, se recopilaron solo tres menciones acertadas. A continuación se incluyen las definiciones de RSE tomadas de la muestra:

La primera menciona: “Son necesarios para la expansión del desarrollo social equitativo, continuo y conjunto (tanto por parte de instituciones privadas como públicas). Para alcanzar mayores índices de crecimiento y desarrollo integral es necesario el aporte de todo el ecosistema. Un contexto sano con oportunidades de todo tipo, lo constituyen personas e instituciones; una empresa no puede pretender tener el mejor equipo humano si no hace nada por el contexto y el colectivo en el que este equipo se desarrolla.”

La segunda menciona: “Es una forma que la empresa reintegre a la comunidad y personas que más necesitan, parte de sus utilidades, con una adecuada redistribución de la riqueza el País prosperará más rápido.”

Por último, la tercera menciona “Son un aporte importante a la sociedad y un elemento legitimador de la función de la farmacia. Son necesarios para que una empresa tenga identidad con una comunidad.”

Finalmente determinamos cuáles son las acciones de RSE que la farmacias llevan cabo. Entre ellas están: ferias de salud, educación sobre medicamentos, patrocinio de estudios, bingos, regalan muestras, ayudan a comedores infantiles, se reciben practicantes, reciclan, ayudan con becas de la municipalidad, donan pañales a ancianos, donan Leche, dan seguimiento farmacológico a cada paciente, organizan campañas de educación a pacientes, dan precios cómodos.

También se da asistencia sin costo a hogares donde hay personas mayores, atención domiciliaria, donación de tiempo profesional, contribución con la parroquia, limpieza de playas, escuelas, barrios, siembra de áreas verdes, desarrollo de centros de atención para niños de escasos recursos, bingos para las monjas, charlas para la escuela, regalos para las fechas importantes, donación de refrescos, se reciben practicantes nacionales y extranjeros, se le dan medicamentos a personas que no pueden comprar, se ayuda a niños del precario Pochote, se apoyan actividades de bien social comunal, se ayuda con diarios, se da capacitación, existen programas en albergues y precarios, se brindan precios especiales a adultos mayores, se dan aportes a programas nacionales de recolección tipo Cedes Don Bosco, ayuda a la Teletón, se dona equipo médico y se donan insumos a entidades como cruz roja.

Las acciones que más se repiten son: ayudas o donaciones a diferentes instituciones con 22 menciones, las Ferias de salud con 14 menciones, el voluntariado de tiempo profesional o asesoría con 12 menciones y reciclaje con 9 menciones. Algunas mencionan como esfuerzos los bingos y el recibir practicantes.

Por lo anterior, y según los conceptos incluidos en el marco teórico, se puede afirmar que las farmacias del GAM sí han contribuido con el desarrollo económico o social de su comunidad por medio de acciones de RSE. Según la Asociación Empresarial para el Desarrollo las empresas para aumentar su competitividad deben contribuir activamente al desarrollo de la sociedad con acciones concretas y medibles.

El objetivo es asistir en la solución de problemas del país y esto es precisamente lo que han hecho las farmacias al realizar ferias de salud gratis, las cuales atacan un problema social como lo es la enfermedad y de forma económica al contribuir con diferentes causas en su comunidad.

CONCLUSION

A través de este estudio se pudo identificar a los diferentes grupos de interés de las farmacias del GAM. Sin bien es cierto, aunque inicialmente no tenía claro el concepto, al darles una pequeña introducción se pudo constatar la variedad de actores que se consideran importantes para dichos negocios y los cuales ayudan a su crecimiento. Posteriormente y al clasificar el tipo de relación que han desarrollado, fue notable como consideran que las buenas relaciones traen consigo muchos beneficios que permiten la continuidad y el crecimiento del negocio.

Las farmacias son de suma relevancia para una comunidad pues su giro de negocio contribuye con un aspecto que para todos son de gran importancia: la salud. En este estudio se identificaron los esfuerzos adicionales que estas realizan con el fin de dar una contribución social o económica a la comunidad.

Además, se identificaron los esfuerzos de Responsabilidad Social Empresarial que llevan a cabo. Es notable la falta de conocimiento que las farmacias tienen sobre este concepto pero aun así la mayoría de estas están realizando acciones diversas de RSE.

Estas acciones son tan frecuentes como se solicitan en el caso de las donaciones de varios tipos que se han dado. Las farmacias mencionaron que en unos casos las contribuciones son anuales, en otras mensuales pero si se trata de la atención a la salud que se brinda, su contribución es diaria. Idealmente los esfuerzos de RSE deberían tener un presupuesto y periodos determinados para realizarse o fechas específicas.

RECOMENDACIONES

Para identificar los conceptos como: grupos de interés, las farmacias deben actualizarse y asesorarse sobre la forma más eficientes de manejar su negocio y ver más allá del beneficio de tener buenas relaciones, como usar esto como una herramienta o ventaja competitiva que permita en el corto y largo plazo desarrollar estrategias comunes y beneficios compartidos. Se trata de construir relaciones de ganar-ganar las cuales actualmente las empresas más exitosas utilizan para hacer crecer su negocio de forma más eficiente y duradera.

Sobre la contribución económica o social que las acciones de RSE han generado en las distintas comunidades, sería importante que las farmacias fortalecieran los esfuerzos que ya han realizado e implementarán nuevos. Tener un poco de iniciativa en este campo les ayudara a construir mejores relaciones, tener más visibilidad de su negocio en la comunidad y fortalecer su reputación y trayectoria.

Se trata de utilizar los recursos de la mejor forma y encausarlos a la mejor causa. En la medida que las farmacias comprendan como la RSE es una nueva forma de hacer negocios, pasaran de simples esfuerzos a programas que puedan llevar a cabo en alianza con otras entidades y así desarrollar una presencia a nivel de comunidad y país más sostenible y por qué no, una forma de negocio más rentable.

Para generar acciones de RSE más frecuencia, las farmacias deberían presupuestar las contribuciones anuales que van a realizar las cuales deben estar

de acuerdo a su capacidad o tamaño del negocio. Las farmacias deben programar fechas y buscar estrechar lazos con instituciones a quienes puedan ayudarles frecuentemente. Podrían ser patrocinadores o realizar voluntariados de salud en conjunto con la municipalidad. Esfuerzos como estos solo necesitan un poco de publicidad a cambio y ello será suficiente para generar el respeto y la promoción de su negocio en el corto y largo plazo.

BIBLIOGRAFÍA

- Asociación Empresarial para el Desarrollo. (2013). Recuperado el 18 de octubre de 2013, de http://www.aedcr.com/informacion_rse_normas.php
- Asociación Empresarial para el Desarrollo. (2013). Recuperado el 14 de Octubre de 2013, de <http://www.aedcr.com/subsection.php?id=36§ion=rse>
- Organización Internacional de Estandarización. (2013). *Descubriendo ISO 26000*. Recuperado el 14 de Octubre de 2013, de http://www.iso.org/iso/discovering_iso_26000-es.pdf
- Prado, A., Flores, J., & Pratt, L. (2004). Recuperado el 14 de Octubre de 2013, de http://www.incae.edu/es/clacds/publicaciones/pdf/904_marco_logico_y_conceptual.pdf
- Proexport Colombia y Banco Interamericano de Desarrollo y Fondo Multilateral de Inversión. (2004). *Estudio de Mercado Farmacéutico – Costa Rica*. Recuperado el 18 de Octubre de 2013, de <http://bitacorafarmaceutica.files.wordpress.com/2008/08/la-industria-farmaceutica-en-costa-rica.pdf>
- Responsabilidad Social Empresarial. (2013). Recuperado el 14 de Octubre de 2013, de <http://www.responsabilidadsocial empresarial.com/?p=257>
- Romero, M. A. (2010). *Global Standards Certification*. Recuperado el 18 de Octubre de 2013, de <http://www.globalstd.com/pdf/rs-iso26000-2010.pdf>
- Universidad de Costa Rica. (2013). Recuperado el 14 de Octubre de 2013, de <http://ougam.ucr.ac.cr/index.php/la-gam>

ANEXOS

Entrevista: Responsabilidad Social Empresarial en las Farmacias del Gran Area Metropolitana

Esta entrevista tiene el propósito de conocer su contribución económico o social con la comunidad. A continuación encontrará la entrevista con 10 preguntas las cuales han sido diseñadas para responderse en 10 minutos:

Fecha _____ Hora _____ Núm. de Entrevista _____

Lugar

Ciudad y nombre de la entidad: _____

Entrevistado (A)

Nombre _____

Edad _____ Género _____

Puesto _____

Departamento _____

Dirección Electrónica _____

Teléfono _____

Conceptos:

Responsabilidad Social Empresarial

La Responsabilidad Social Empresarial es el compromiso permanente de las empresas para aumentar su competitividad mientras contribuyen activamente al desarrollo sostenible de la sociedad costarricense mediante acciones concretas y medibles dirigidas a solucionar los problemas prioritarios del país.

No se limita a un programa o proyecto específico, sino que se trata de una nueva forma de gestionar negocios, mediante relaciones responsables con cada uno de los stakeholders o partes interesadas. La RSE debe permear todas las acciones de una empresa, ya que se trata de una estrategia.

Partes Interesadas

Los stakeholders o partes interesadas son individuos o colectivos con los que la empresa tiene relación, que se ven afectados por sus actividades o que pueden afectarlas.

Entrevista: Responsabilidad Social Empresarial en las Farmacias del Gran Área Metropolitana

Esta entrevista tiene el propósito de conocer su contribución económico o social con la comunidad. A continuación encontrará la entrevista con 10 preguntas las cuales han sido diseñadas para responderse en 10 minutos:

#	Desarrollo económico y social de la comunidad
1	¿Cuántos tiempo tiene su negocio de estar presente en la comunidad?
2	¿Cuál considera usted ha sido la participación de su Farmacia en el desarrollo de la comunidad?
3	¿Cómo estas acciones han contribuido al beneficio de su negocio?
Frecuencia	
4	¿Con que frecuencia ha contribuido con su comunidad?
5	¿Comente la razón por la cual no se contribuye con mayor frecuencia?
Grupos de Interés	
6	¿Cuáles de los siguientes actores considera son sus grupos de interés? Propietarios y accionistas, Empleados, Proveedores, Comunidad, Inversores, Clientes y consumidores, Gobierno y entes reguladores, Medios de comunicación, Sindicatos, ONGs y grupos de presión, Comunidades locales, Competidores, Aliados, Líderes de opinión, Comunidad académica y científica, Instituciones internacionales.
7	¿Como ha sido su relación con ellos?
8	¿Qué beneficios ha recibido por parte de ellos?
Responsabilidad Social Empresarial	
9	¿Cuál es su opinión sobre los programas de responsabilidad social empresarial?
10	¿Cuáles acciones o programas de RSE se llevan a cabo en su empresa?
Observaciones:	
Muchas gracias por su colaboración.	