

Contribución Económica y Social de las Farmacias del Grupo COFASA localizadas en el Área Metropolitana generados por medio de acciones o programas de Responsabilidad Social Empresarial.

Rodolfo G. Arias Montoya, Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología.

Diciembre, 2013.

Resumen

La Responsabilidad Social Empresarial no es perceptible fácilmente a la vista de los ciudadanos. En un proceso paulatino y lento ha ido creciendo poco a poco pero dependiendo de la estructura y proyección con que lo manejen las empresas, en vista que debe empezar desde lo más interno de la corporación con aspectos a tomar en cuenta, como lo son: identificar las necesidades económicas, sociales y culturales de los colaboradores del negocio y así poder trazar tácticas eficientes para la sensibilización hacia una estrategia de sostenibilidad, evitando que no sólo se vea como filantropía o que la empresa busca mercadearse que es lo que comúnmente ocurre en las empresas hoy día.

En el presente artículo científico propone investigar acerca de las farmacias del área metropolitana propiamente del grupo COFASA si han realizado o no Responsabilidad Social Empresarial. A través de dicha investigación se descubrirán aspectos relevantes de cómo las farmacias del grupo COFASA han contribuido con la Responsabilidad Social Empresarial que en su efecto nutrirán el conocimiento desde lo más básico como lo es la filantropía alcanzando el beneficio de conocer más acerca de este importante tema de gran relevancia para el bien social en Costa Rica.

En apoyo a una investigación cuantitativa con obtención de datos por medio de una entrevista de 8 preguntas en total aplicada, regentes de una muestra de cincuenta farmacias efectivas contactadas con la finalidad de saber si realizan algún tipo de ayuda social, y obtienen resultados interesantes de cómo en su mayoría la gente se encuentra anuente al beneficio que le brinda a la sociedad este tipo de ayuda, sin embargo, por razones de presupuesto se les imposibilita el poder ayudar más a la sociedad y poder contribuir con un desarrollo sostenible más equitativo en el país producto de la contribución de las empresas.

La mentalidad de las empresas necesita cambiar e innovar para que las empresas puedan crear una cultura distinta del simple lucro, generando una mayor capacitación y conciencia con el fin de generar un impacto positivo en la mente de empresarios e instituciones y despertar así la ayuda social, es decir, la Responsabilidad social Empresarial.

Palabras clave

Tácticas, filantropía, artículo científico, bien social, desarrollo sostenible, equitativo, innovar, conciencia.

Abstract

Corporate Social Responsibility is not easily perceptible to the eye of citizens in a gradual and slow process has been growing slowly but depending on the structure and projection that manage companies given that should start from the innermost part of the corporation to take into account aspects such as identifying the economic, social and cultural needs of the business partners so we can trace preventing efficient tactics not only be seen as philanthropy or the company seeks

donations be marketed or what is commonly occurs in companies today.

In the present article proposes scientific research about pharmacies COFASA group of the Metropolitan area itself if performed or not CSR, through such research relevant aspects that nourish their effect on knowledge from the basics such as the philanthropy and to discover by getting the benefit of knowing more about this important topic of great relevance for social goodness in Costa Rica.

In support of a quantitative research data collection via an interview 8 questions applied to interviewers of the total of 50 effective pharmacies from the sample contacted in order to know if they do contribute in some form of social assistance, obtaining interesting results as most of the people are consenting to benefit society gives such help though for budget reasons they are in a difficult position to be able to help more to society and contribute to a more sustainable and equitable development in the country.

The mindset needs to be change and innovate for enterprises to create a different culture by generating more training and awareness in order to generate a positive impact in the minds of employers and institutions and thus raise welfare is Corporate Social Responsibility.

Key Words

Tactics, philanthropy, science article, social good, sustainable development, equitable, innovative, awareness.

Introducción

Durante muchos años las corporaciones ya sea de alto, mediano y pequeño concepto de negocio indistintamente, de su ámbito operacional, sólo se encargaban de lucrar con productos de las ganancias de los bienes o servicios ofrecidos por las empresas en general, lo cual constituye su meta u objetivo, sin percatarse, en ningún momento, de los aspectos de ayuda social que podrían ser una alternativa de ayuda en los alrededores de los distintos puntos de venta en las comunidades donde operan las 119 farmacias que integran el grupo COFASA. La Responsabilidad Social Empresarial es básicamente que estas corporaciones o empresas adoptan un sentimiento y preocupación hacia el bienestar social en temas como de salud, delincuencia, indigentes, etc; de manera tal que las empresas en sus operaciones constituyen un sistema en donde, por medio de sus productos o servicios buscan como principal meta el cosechar el éxito en la ayuda social y el desarrollo sostenible con el prójimo y hasta con el medio ambiente, ya que depende de la dirección en que la corporación dirija sus objetivos. Hoy día estas farmacias han ido en un proceso paulatino de importancia acerca del crecimiento del desarrollo sostenible de las comunidades por sobre todo en donde operan estas empresas.

El propósito e importancia de realizar el estudio científico sobre la Responsabilidad Social Empresarial en Costa Rica motiva, a investigar una serie de alternativas variadas de porqué, en su mayoría, existe un comportamiento atípico del uso de Responsabilidad Social Empresarial aplicada por las corporaciones de una manera no muy regulada cuando la siguen, sin embargo, también en casos en donde no se sigue ningún tipo de ayuda social sería de beneficio para una sociedad ya afectada por otros flagelos, en su mayoría ocasionados por razones externas sin control. En el caso de que las empresas se propusieran brindar una ayuda, se podría minimizar tanta delincuencia

tomando como base uno de los principios básicos de la Responsabilidad Social Empresarial que sería la filantropía.

Al investigar acerca de Responsabilidad Social Empresarial es importante conocer su concepto para, de lleno, lograr entender en qué consiste, y lograr determinar cómo las empresas lo aplican y ponen en práctica. En este caso tal y como lo ha indicado la asociación empresarial para el desarrollo (AED) en su manual de modelo de Responsabilidad Social Empresarial para Costa Rica, en el cual ha definido la “Responsabilidad Social como 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 del país”.

De acuerdo con la empresa BAYER Centroamérica y Caribe, por otro lado, define Responsabilidad Social Empresarial cómo "La Responsabilidad Social Empresarial es una cultura de negocios basada en principios éticos y firme cumplimiento de la ley, respetuosa de las personas, familias, comunidades y medio ambiente, que contribuye a la competitividad de las empresas, bienestar general y desarrollo sostenible del país."

Por último, la Fundación PRO Humana, la cual promueve la Responsabilidad Empresarial y Ciudadana define:

“La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es la contribución al desarrollo humano sostenible, a través del compromiso y la confianza de la empresa hacia sus empleados y las familias de éstos, hacia la sociedad en general y hacia la comunidad local, en pos de mejorar el capital social y la calidad de vida de toda la comunidad”.

En contraste con estas definiciones distintas con la finalidad de poder comparar las terminologías; en vista que abundan muchas en sitios y libros ya posicionados con representación de una marca ya establecida como lo es BAYER y la fundación PRO Humana, así como también libros los cuáles tienen gran cantidad de definiciones sobre la Responsabilidad Social Empresarial con el objetivo de poder hacer

una comparación de distintas fuentes de la cual se pueda obtener un criterio claro y oportuno sobre una ilustración más detallada de la Responsabilidad Social Empresarial tomando como base o punto de partida la definición de la Asociación Empresarial para el Desarrollo (AED) en su manual de modelo de Responsabilidad Social Empresarial para Costa Rica, por considerarse Nacional y se comparte rotundamente este concepto para puesta en práctica de la presente investigación.

Por otro lado sin, dejar por fuera que existe la Filantropía considerado uno de los primeros pasos del desarrollo sostenible y de Responsabilidad Social Empresarial, en la cual se considera muy importante la diferencia de una a otra la, Filantropía es un vocablo de origen griego que significa “amor al género humano”; es una acción positiva en referencia a la ayuda al prójimo, sin recibir algo a cambio. En este caso, las empresas u organizaciones que desarrollan proyectos solidarios tales como el voluntariado, las donaciones y la acción social sin fines de lucro o políticos, forman parte de la filantropía, cuya finalidad es construir una sociedad más justa y equitativa, equiparando las posibilidades de desarrollo igual para todos.

Dentro de éste parámetro establecido para dicha investigación surge la siguiente pregunta: ¿Cómo las farmacias del área metropolitana han contribuido al desarrollo económico y social por medio de acciones o programas de Responsabilidad Social Empresarial?

En Costa Rica existe una cantidad innumerable de farmacias de distintas cadenas como lo son entre las más reconocidas o renombradas farmacia: Fischel, Sucre, la Bomba, entre otras, que existen ya en muchas diferentes localidades del Área Metropolitana con productos y servicios a disposición para clientes deseosos de encontrar un servicio de calidad, competitivo y efectivo con servicios de valor agregado, como por ejemplo, acceso a comprar no sólo de manera presencial como habitualmente se realiza hoy día ya que se puede hacer desde el vehículo dentro de la misma modalidad que se

aplica en los restaurantes de comidas rápidas y bancos con un sistema muy ventajoso para adquirir medicamentos de una manera muy segura.

Existe en Costa Rica el Grupo COFASA, la cuál es una empresa 100% costarricense a nivel de farmacias con un total de 119 distribuidas alrededor del país a lo largo de las 7 provincias en total; empezando por San José, con un total de 19 distintas locaciones en donde cada una cuenta con un promedio de 9 farmacias disponibles en los puntos de venta operando activamente.

La presente investigación tratará de enfocarse en determinar cuáles de estas farmacias han contribuido por medio de acciones o programas a la responsabilidad social empresarial en el área metropolitana costarricense por medio de una investigación cuantitativa apoyada en entrevistas de campo que se realizarán en los puntos de venta cuya finalidad será lograr determinar cómo han contribuido a la Responsabilidad Social Empresarial en estas farmacias con un enfoque muy amplio en vender medicamentos y distribuir en muchos lugares del país que, en su mayoría, poseen una trascendencia muy destacada de años de posicionamiento y de operar en el mercado nacional costarricense.

Planteamiento del Problema

¿Cómo las Farmacias del Grupo COFASA del Área metropolitana han contribuido en el desarrollo económico y social por medio de acciones o programas de Responsabilidad Social Empresarial?

Objetivos

General:

Determinar cómo las Farmacias del Grupo COFASA del Área metropolitana han contribuido al desarrollo económico y social por medio de acciones o programas de Responsabilidad Social Empresarial.

Objetivos Específicos:

- Fijar el porcentaje de cuáles farmacias han cumplido con la Responsabilidad Social Empresarial.
- Analizar los puntos de venta para determinar si el porcentaje de contribución en Responsabilidad Social Empresarial es óptimo.
- Evaluar si este porcentaje es óptimo como Responsabilidad Social Empresarial.

Hipótesis:

Las Farmacias del grupo COFASA del Área Metropolitana dirigen sus contribuciones hacia proyectos en Educación Primaria.

Justificación:

La importancia de esta investigación es lograr determinar cuáles Farmacias del Grupo COFASA del Área Metropolitana de Costa Rica han contribuido en la Responsabilidad Social Empresarial el cuál es un aspecto muy relevante de las farmacias para ayudar a quién más necesita en lugar de lucrar y solamente enfocarse en ello como negocio, por lo tanto, con una investigación cuantitativa se pretende

determinar cuáles de todos estos negocios contribuyen al desarrollo sostenible y ayudan a quien más necesita en diferentes maneras de servicios y sobre todo, en el ámbito de farmacias costarricense.

Al determinar si cumple o no la Responsabilidad Social Empresarial y los resultados que eventualmente se reflejarían por la investigación cuantitativa se esperan resultados interesantes durante el desarrollo de la investigación con la finalidad de revelar el comportamiento de los contribuyentes y poder determinar así el compromiso de estas empresas con la Responsabilidad Social Empresarial para así tener un concepto más claro de esta industria ya muy establecida en el mercado costarricense.

Marco Teórico:

En el mercado costarricense existen gran cantidad de farmacias de distintas cadenas con el propósito de ayudar a sanar al público tratante en diferentes patologías y lograr subsanar diferentes necesidades con medicamentos que en muchos casos son imposibles de conseguir por medio del seguro y el acceso es inmediato en ellas, sin embargo, el costo llega a ser más elevado en gran mayoría de casos.

La razón o propósito de esta investigación se enfoca meramente en el campo de las Farmacias del Grupo COFASA ubicadas en el Área Metropolitana, por lo tanto, se abarcará el tema para empezar con la siguiente pregunta:

¿Qué es una Farmacia? La farmacia, es la ciencia y práctica de la preparación y dispensación de fármacos. Lugar donde se preparan los productos medicinales donde se dispensan los mismos, la farmacia es un área de la materia médica, rama de las ciencias de la salud que estudia la procedencia, naturaleza, propiedades y preparación de medicamentos.

Al emprender esta investigación ante la interrogación de cómo las farmacias del Área Metropolitana del Grupo COFASA dedican un presupuesto por medio de la Responsabilidad Social Empresarial, es de relevante importancia determinar si la ayuda que realizan es por Filantropía o por medio de una estructura interna de negocio a través de la Responsabilidad Social Empresarial, para ello es importante definir la principal diferencia entre ambas modalidades de ayuda social.

La Asociación Empresarial para el Desarrollo (AED) en su manual de modelo de Responsabilidad Social Empresarial para Costa Rica, aparte de brindar una definición clara de lo que es la Responsabilidad Social Empresarial, provoca el auto-evaluar los planes internos de cada negocio de una manera oportuna y ética asegurando sostenibilidad económica, así como el compromiso con el tema de causa ambiental que toma en cuenta aspectos muy importantes como lo son la mejora continua y calidad de vida de los asociados o empleados, así como también de sus clientes, distribuidores y de la comunidad como un todo que contribuye, al desarrollo sostenible y fortalecimiento institucional.

La Asociación Empresarial para el Desarrollo (AED) ha definido la "Responsabilidad Social" como 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 del país".

La empresa BAYER Centroamérica y Caribe, por otro lado, define Responsabilidad Social Empresarial como "La Responsabilidad Social Empresarial es una cultura de negocios basada en principios éticos y firme cumplimiento de la ley, respetuosa de las personas, familias, comunidades y medio ambiente, que contribuye a la competitividad de las empresas, bienestar general y desarrollo sostenible del país."

Como tercera definición se resalta la de la Fundación PRO Humana la cual promueve la Responsabilidad Empresarial y Ciudadana y define:

“La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es la contribución al desarrollo humano sostenible, a través del compromiso y la confianza de la empresa hacia sus empleados y las familias de éstos, hacia la sociedad en general y hacia la comunidad local, en pos de mejorar el capital social y la calidad de vida de toda la comunidad”.

La Filantropía es una acción social externa de la empresa de la cuál quien se beneficia en su totalidad es la comunidad a quien se dirigiría esa ayuda. La filantropía es considerado como uno de los primeros pasos del desarrollo sostenible y de Responsabilidad Social Empresarial, es decir, se considera como el primer paso a seguir hacia la sostenibilidad para que eventualmente lo llegue a reforzar la Responsabilidad Social en donde se resalta la estrategia de negocios de la empresa hacia cómo dirige sus esfuerzos corporativos contando con el compromiso de las personas a cargo de altos mandos empresariales, por mencionar gerentes que sepan direccionar estrategias en conjunto con la junta directiva de las empresas del sector privado, accionistas, subcontratistas, proveedores, consumidores, comunidades, gobierno y medio ambiente que, por supuesto, con personal de la organización para que, en un esfuerzo conjunto, logren poner en práctica el proceso para un adecuado desarrollo sostenible.

Metodología de la Investigación:

En paralelo con los objetivos establecidos de esta investigación y por la finalidad del estudio, se realizó una investigación Cuantitativa por medio de un cuestionario con el cual se logró determinar información vital y necesaria para el desarrollo del estudio presente en esta investigación.

Este cuestionario constó de 8 preguntas en donde los entrevistados podían expresar diferentes criterios o comentarios con gran libertad, tanto en materia de investigación como de lo que opinaban de la

realidad social del Grupo COFASA, así como también de la sociedad y comunidad en los alrededores de cada punto de venta. Se empleó una muestra efectiva de 50 farmacias del Área Metropolitana, perteneciente al GRUPO COFASA.

Se contempló en el proceso de respuesta de este cuestionario a personas con las siguientes características:

- Pasión por compensar a la sociedad
- Con formación académica y experiencia en el tema de investigación
- Residentes en Costa Rica

El tiempo promedio de respuesta del cuestionario osciló entre los 5 a 7 minutos, dependiendo del nivel de dificultad con el que el entrevistado lo percibiera en el momento. En la primera parte del cuestionario se hizo uso del conocimiento del entrevistado para determinar qué tan informado se encontraba respecto de la información o tema por investigar es importante recalcar que se brindó información relevante como la definición de Responsabilidad Social Empresarial según, el Manual de Responsabilidad Social Empresarial para Costa Rica (AED) así como también la definición de Filantropía en el mismo para un uso inmediato del entrevistado pudiendo confirmar más aún el concepto en el momento de respuesta del cuestionario.

A continuación se detallan las razones a cumplir por parte de las empresas para su proceso de escogencia:

- Farmacias localizadas dentro del territorio nacional propiamente en el GAM.
- Contar con al menos 1 año de operar en el mercado costarricense.
- Farmacias activas con la contribución del desarrollo de Responsabilidad Social.

En Costa Rica existen diferentes farmacias localizadas en diferentes puntos de venta que en este caso la investigación se enfocó en el Área Metropolitana, propiamente con el Grupo COFASA, en la provincia de San José. A continuación se desglosa un total de 50 farmacias activas en distintos puntos de venta con su respectiva ubicación y cantidad de las mismas como marco muestral.

LOCACIÓN	CANTIDAD DE FARMACIAS
Desamparados	7 Farmacias
San José	19 Farmacias
Goicoechea	5 Farmacias
Moravia	5 Farmacias
Montes de Oca	8 Farmacias
Curridabat	6 Farmacias
Total	50

Fuente: Elaboración propia del Sustentador.

Utilizando un nivel de confianza de un 90% y máxima variabilidad, para ese tamaño de muestra de 50 elementos, se obtiene un error máximo permitido de $\pm 11.6\%$.

La división exacta en consistencia de este cuestionario constará de un total de 8 preguntas cerradas ya que se trata de una investigación cuantitativa en donde, desde un principio, la idea es demostrar a cada entrevistado la definición de Responsabilidad Social Empresarial, en este caso de la Asociación Empresarial para el Desarrollo (AED) en su Manual de modelo de Responsabilidad Social Empresarial para Costa Rica, de manera tal que el entrevistado, en el caso que desconozca del tema puede, inmediatamente, darse cuenta de lo que trata en sí la entrevista y el tema relevante de la misma. En la primera parte dos preguntas cerradas iniciales darán paso a determinar si con base en la definición, la farmacia realiza algún tipo de ayuda social. Por otro

lado, la siguiente pregunta determinará la periodicidad de esa ayuda social como principio de Responsabilidad Social Empresarial.

La pregunta número 3 determinará el tipo de ayuda, es decir, si es filantropía o un plan estructurado de Responsabilidad Social Empresarial de las farmacias investigadas.

La pregunta 4 determinará si hay algún tipo de distinción entre grupos sociales tales como lo son los niños, adultos y los adultos mayores, con una escogencia libre múltiple de todos o sólo uno.

Con respecto de la pregunta 5, la finalidad de la misma es determinar alguna problemática social que aqueje a la comunidad en un perímetro cercano de las farmacias visitadas, ya sea que la comunidad se encuentre afectada por alcoholismo, drogadicción, entre otros; y poder así determinar si en este caso las farmacias destinan ayuda a este tipo de grupos sociales o en su defecto, esta ayuda es meramente general, en donde subsecuentemente el mismo desarrollo del cuestionario reflejará resultados interesantes de acuerdo con las necesidades de la comunidad.

La siguiente pregunta 6 a tratar consiste en determinar si el entrevistado considera que la Responsabilidad Social Empresarial es positiva para el país, por otro lado, la penúltima pregunta pretende lograr obtener cuánto presupuesto consideran ellos oportuno a la hora de contribuir, es decir, lograr obtener el rubro aproximado destinado para dicha función.

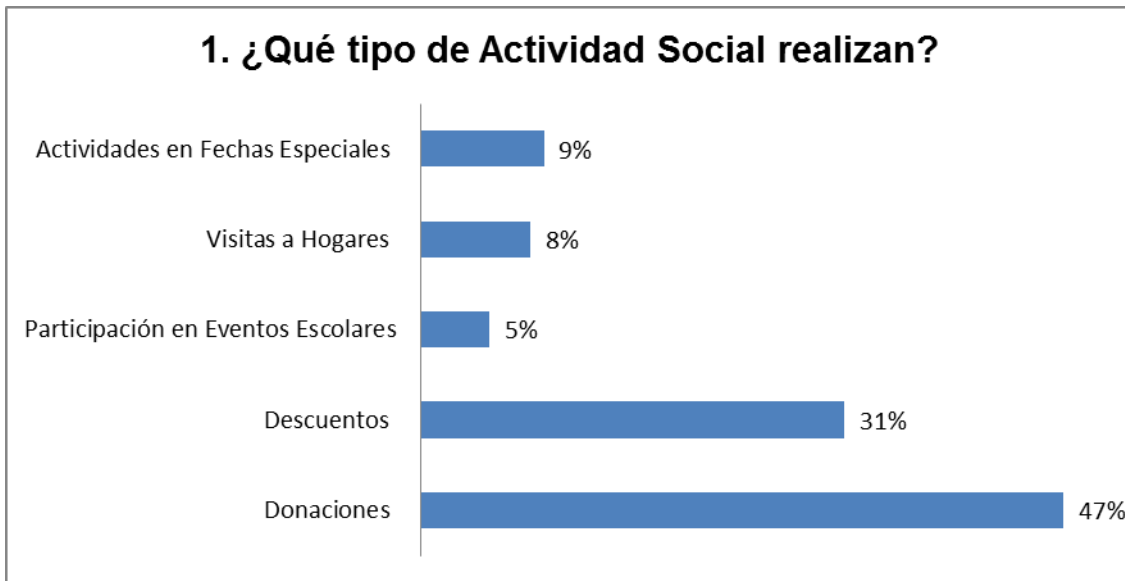
Por último, se concluye el cuestionario con una pregunta 8 que consiste en el criterio personal del regente en las farmacias del grupo COFASA para determinar si consideran que Costa Rica debería incursionar en la Responsabilidad Social Empresarial y por qué, con el fin de determinar el rumbo de la investigación de acuerdo con lo que los entrevistados respondan, en este caso, con la ayuda social. Con esta pregunta se estaría concluyendo con el cuestionario que se le realizaría en el punto de venta, como mínimo a 50 farmacias del Área Metropolitana de la provincia de San José. En este caso se mantiene

la seguridad de contar con las mismas y cumplir el objetivo de una muestra de 50 cuestionarios efectivos de los diferentes puntos de venta.

Con la finalidad de obtener los más óptimos resultados, lo más exactos posibles a la hora de tabular los resultados obtenidos los cuáles, en su momento, se estarán manejando por medio de Google Drive, que es una herramienta moderna y muy efectiva de Google, para tabular los resultados de los cuestionarios obtenidos por los distintos regentes de los puntos de venta del GAM. El tiempo de esta entrevista se estima oscilante a entre 5 a 10 minutos a las personas encargadas de los puntos de venta en donde las mismas podrán contestar en el momento y completar la misma. Por último, es importante remarcar que se manejará un diseño de investigación acción por medio de técnicas de recolección de datos por medio de entrevistas en procedimiento en recolección de datos cuantitativos ya previo con un cuestionario el cual arrojará los resultados esperados para determinar cómo contribuyen las farmacias del GAM de la provincia de San José en la Responsabilidad Social Empresarial en Costa Rica.

Discusión y Resultados

Pregunta 1



Análisis:

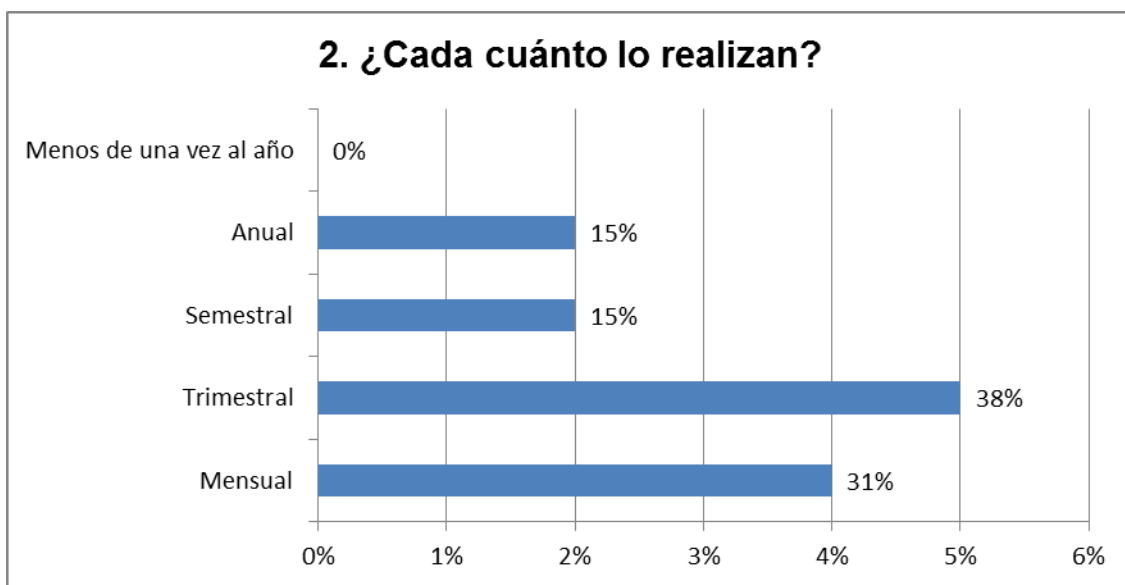
Un 47% del total de la muestral indicó que las donaciones es la actividad social que más realizan en sus puntos de venta.

Adrián Mora Corrales, Dependiente de la Farmacia “Lourdes” San Miguel (Desamparados) contestó: No realizamos Responsabilidad Social Empresarial, ya que es una farmacia Comunal.

Dra. Katia García, Regente Farmacia *América* (Desamparados), comentó que ella sí solía ayudar al asilo de ancianos de la comunidad a título personal. Donaban muestras y campañas de vacunación, además aplicaban descuentos a personas de escasos recursos. Con 19 años de estar en el mercado, actualmente tienen alrededor de 8 farmacias alrededores como competencia.

Dr. Juan Carlos Sánchez Regente de la Farmacia *Curime* (San José), comentó que el gerente del Grupo COFASA era un inútil ya que no velaba por proteger al grupo y más bien CONDEFA (Competidor) manejaba precios por debajo de la competencia de hasta 10% a 15% de descuento de diferencia ya que el consumidor busca el mejor y el precio más barato. Indicó también que él solía tener otra farmacia pero la tuvo que cerrar dado a la Globalización.

Pregunta 2



Análisis:

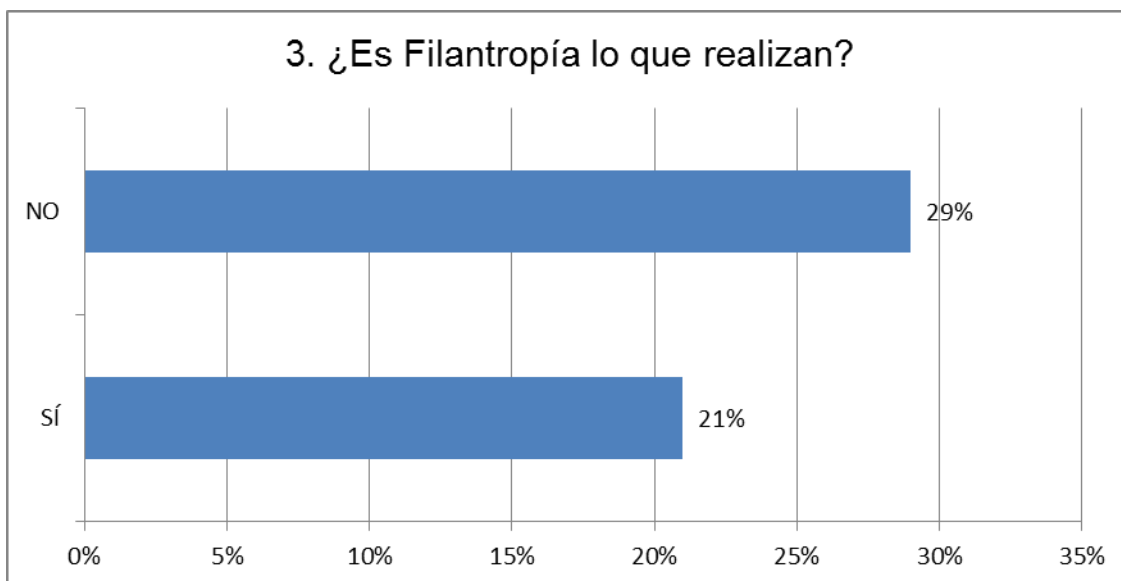
Un 38% indicó que realizan las ayudas cada trimestre.

Ronald González dependiente de la Farmacia *El Encanto* (San José), indicó que si realizaban ayuda en su farmacia por períodos de tiempo de cada 3 meses.

Victoria Álvarez, dependiente de Farmacia *Hatillo #3* (San José) indicó que suele ayudar por períodos de tiempo de cada 3 meses con donaciones y descuentos; además, manifestó que le motiva más hacerlo por los niños porque ellos necesitan ayuda constante.

Marcelo Fung de la farmacia *King* (San José) indicó que si realizaban ayuda mensual por medio de donaciones.

Pregunta 3

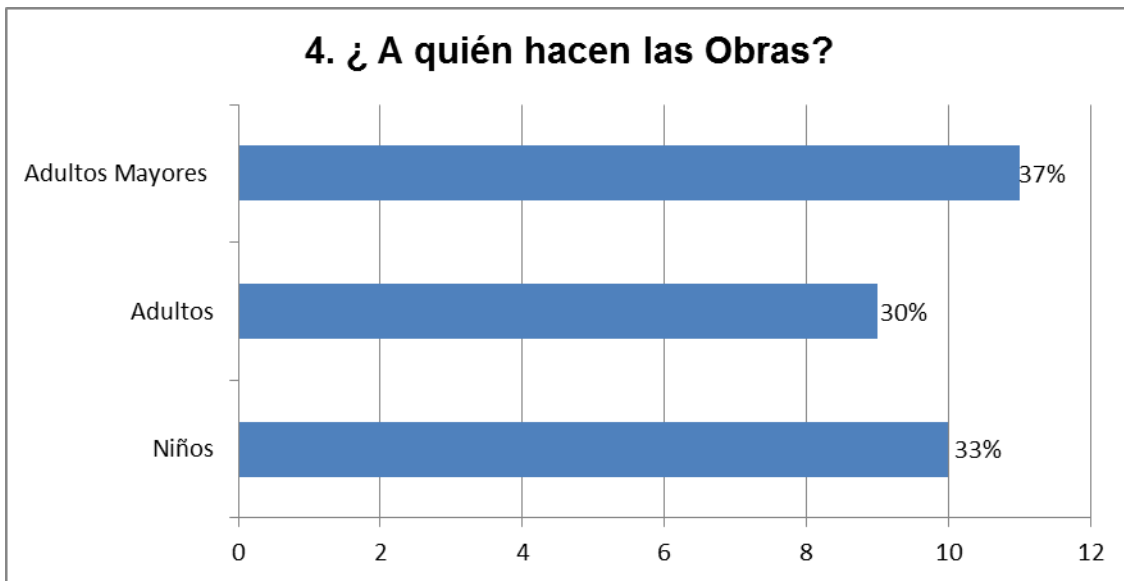


Del total de la muestra el 29% indicó que no realizaban filantropía a pesar de la no clara concepción del concepto o término de filantropía que eventualmente sí lo consideraron.

Dra. Marilis Madrigal de la Farmacia *Oscar*, Regente (San José) consideró que sí ha realizado filantropía en su punto de venta.

Dr. Marvin Iglesias de la Farmacia *La Paulina*, Regente (San José) contestó que no realizan Filantropía.

Pregunta 4



Análisis:

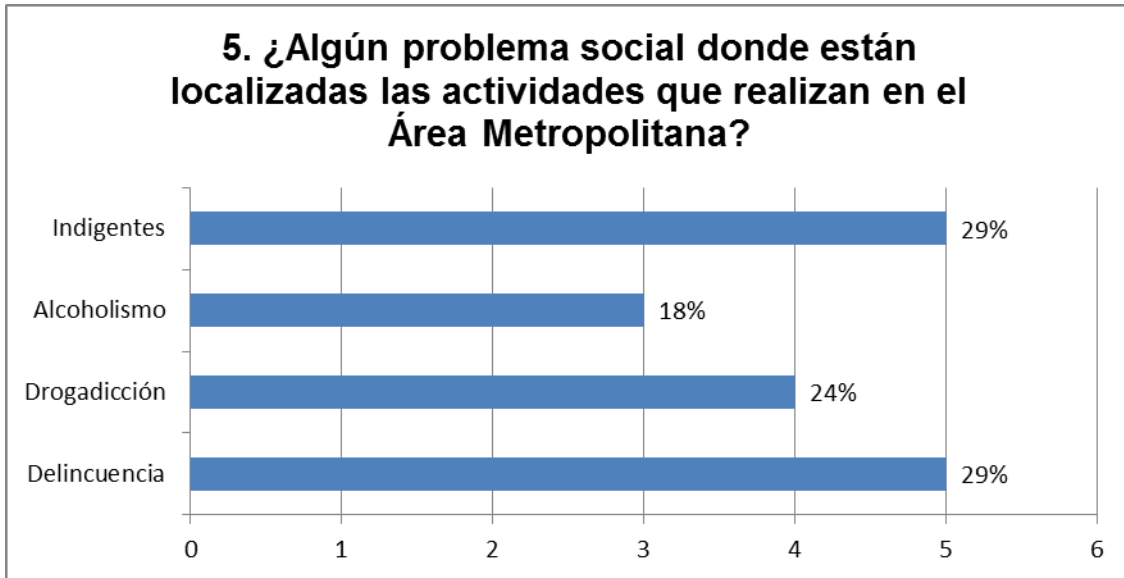
Un 37% indicó que hacen o destinan obras a los adultos mayores destacando su ayuda a este segmento de la población.

Dra. Ana Ortiz de la Farmacia *Calle Blancos*, Regente consideró que su ayuda gira en torno hacia los adultos mayores.

Dra. Melania González de la Farmacia *El Pueblo*, Regente contestó dentro de su ayuda que brindan es para los adultos mayores.

Dra. Lidieth Cecilia Leitón de la Farmacia *La Amistad* (San José), ella contestó, dentro de las tres categorías de respuesta, que contribuyen de igual manera para niños, adultos y adultos mayores, predominando un mayor apoyo a los adultos mayores .

Pregunta 5



Análisis:

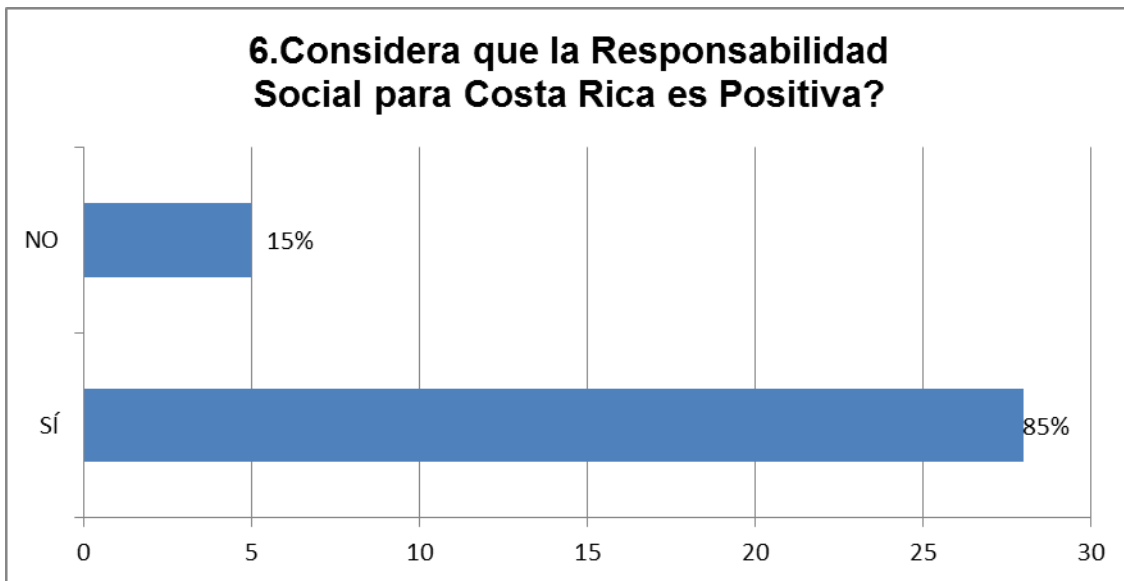
Con un 29% del total de la muestra los resultados arrojaron que la delincuencia y el predominio de indigentes es lo que más aquejan a la sociedad en general.

Dra. Katia Ugalde, de la Farmacia *La Trinidad* (Moravia) contestó como lo que más les aqueja a su comunidad es la delincuencia.

Dr. Geovanny Vives de la Farmacia *Carkena* (Montes de Oca) contestó que la Delincuencia también los aqueja en su zona.

Dra. Carolina Carvajal de la Farmacia *Manases* (San José) indicó no tener ningún mal social ya que por la zona no existe ningún tipo de problemática social en esa comunidad ya que se trata de una zona urbana comercial.

Pregunta 6



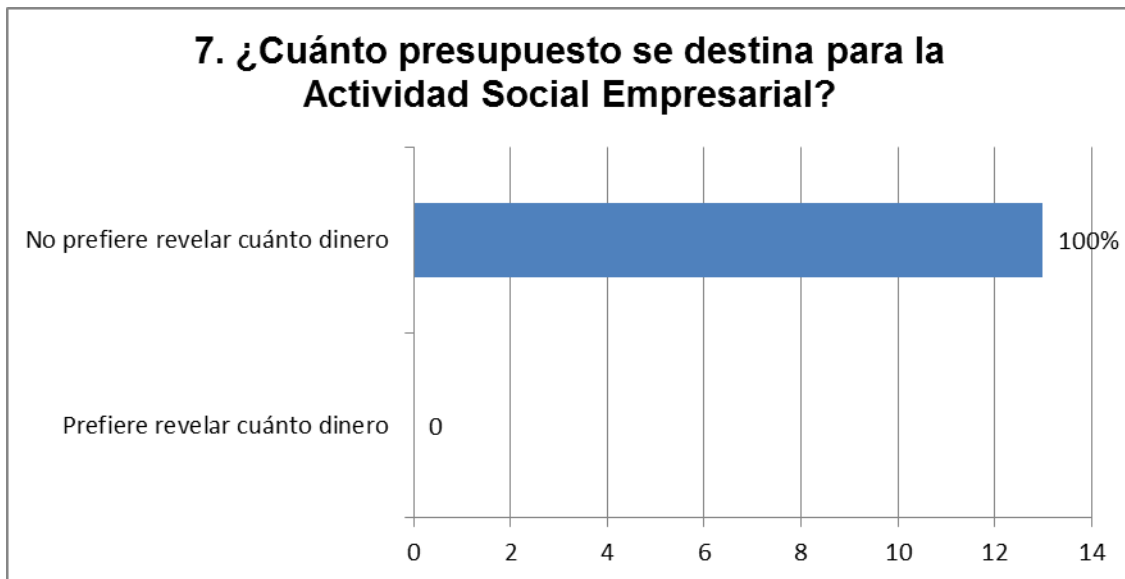
Análisis:

De un total de la muestra el 85% consideró que sí es positiva para el país la Responsabilidad social Empresarial para el país.

Dra. Fiorela Villegas Bejarano de la Farmacia *Monterrey* indicó en su respuesta que sí es positivo para Costa Rica.

Dra. María Cruz Campos de la Farmacia *Valenciano* (Curridabat) contestó dentro del grupo de 5 personas considerando que no es positivo para el país siendo parte del 15% del total de la muestra.

Pregunta 7

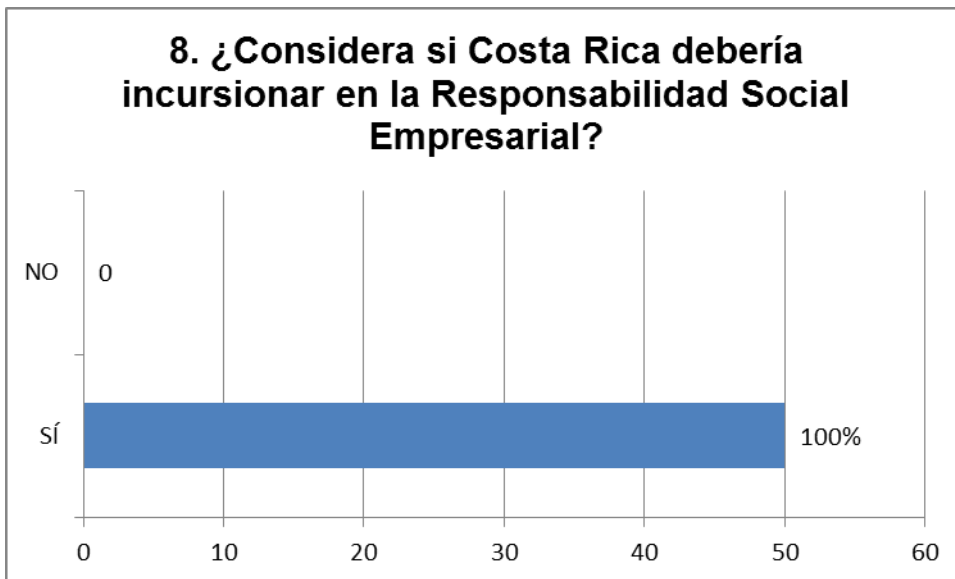


Análisis:

Un 100% del total de la muestra prefirió no referirse en específico a revelar el monto o rubro que aportan para la Responsabilidad Empresarial ya que prefieren mantenerlo en secreto.

Dr. Harold Ramírez de la *Botica San José* (San José), Regente fue parte de ese 100% que prefirió no revelar rubros destinados para contribuir con la Responsabilidad Social y mantenerlo como en secreto el detalle del monto.

Pregunta 8



Análisis:

De un total de la muestra el 100% consideró que Costa Rica si debería de incursionar en la Responsabilidad Social Empresarial.

Dr. Richard Cámeron de la Farmacia *Americana #2* (San José), fue parte del 100% que consideró que si debería Costa Rica incursionar en la Responsabilidad Social Empresarial.

Dra. María Cruz Campos de la Farmacia *Valenciano* (Curridabat) consideró que afirmativamente Costa Rica debería de incursionar en la Responsabilidad Social Empresarial.

Conclusiones

Una vez efectuada la presente investigación, se pudo concluir que las Farmacias del grupo COFASA del Área Metropolitana, no tienen un plan estructurado oficial e interno de Responsabilidad Social Empresarial y que lo que realizan predominantemente es ayuda ocasional o filantropía, es decir, un tipo de ayuda esporádica y de donaciones o descuentos en puntos de venta o actividades sociales en escuelas o eventos. Se hace énfasis en que sí hay voluntad por parte de los regentes de las farmacias pero que no existe un presupuesto que les dé la libertad de acción para implementar la Responsabilidad Social Empresarial en sus farmacias.

En referencia al primer objetivo específico acerca de fijar el porcentaje de farmacias del Área Metropolitana del Grupo COFASA, se puede concluir que, en efectos, un porcentaje considerable del total de la muestra que consideró que, de una manera u otra, si han contribuido a la ayuda social de sus comunidades después de realizado el estudio por medio de un cuestionario cuantitativo logrando confirmarlo.

Con respecto de los puntos de venta a la hora de abordar la investigación cuantitativa, se logró hacer constar el comportamiento de ayuda social que mantienen los regentes en sus farmacias y se concluye con un óptimo sistema de ayuda social, el cual avanza en cierto punto algo lento ya que por la manera que lo brindan es un proceso prolongado pero con éxito.

- Evaluar si este porcentaje es óptimo como Responsabilidad Social Empresarial.

Un 47% total efectivo de la muestra indicó que los regentes realizan donaciones y es esta la modalidad de ayuda que predomina, más como filantropía y no como Responsabilidad Social Empresarial. Esto se da por el tiempo que implica el desarrollar un plan estructurado con tácticas y demás, en donde, por presupuesto, sobre todo la mayoría de los puntos de ventas, realizan donaciones y aplican descuentos, así

como también campañas de vacunación, promociones en fechas especiales como el día de la madre, entre otros, para quienes ellos consideren personas de escasos recursos.. Por lo tanto, es difícil la posibilidad de saber si este porcentaje es óptimo.

Con respecto de la hipótesis se declina lo que afirma, ya que no sólo se realiza ayuda en centros educativos de primaria tal y como lo establecía la misma sino que se logró establecer que la ayuda es meramente un aporte asistencial que gira en torno a donaciones, descuentos, ferias de salud, entre otros, por mencionar algunos.

Una vez efectuado el estudio científico de la presente investigación se pudo concluir ya una vez arrojados los resultados acerca de una serie de aspectos interesantes de gran relevancia para el país que son o despiertan una conciencia hacia para donde se proyecta el bienestar social y el desarrollo sostenible del mismo.

Gran detalle de aspectos interesantes arrojados por esta misma investigación se destacan aspectos muy interesantes detallados a continuación:

- Desinterés por el desarrollo social y sostenible.
- Corporaciones o empresas concentradas en un beneficio propio de lucro.
- Corporaciones que ofrecen productos o servicios sin beneficio directo o indirecto para la ayuda social.
- No existen procesos o planes definidos por parte de las empresas estructuradas de manera tal que manejen Responsabilidad social Empresarial oficialmente.
- No manejan campañas internas de manera tal que motiven a los colaboradores y eventualmente lo puedan transmitir a la comunidad.

Recomendaciones

Las empresas que consideran incursionar y ser Social Responsables necesitan implementar cambios urgentes en los siguientes aspectos:

- Ser innovadores en ideas para proyección social.
- Pensar positivamente en el impacto social.
- Implementar soluciones a corto o mediano plazo enfocado a problemas sociales de las comunidades, ofreciendo productos y servicios más sostenibles.
- Cambio de mentalidad para asegurar un desarrollo sostenible efectivo.
- Replantear Objetivos mejor direccionados y establecidos con una visión más oportuna a no sólo enriquecerse y ser más consistentes en la ayuda y no ser tan esporádicos en la ayuda social.

En el país existe un entendimiento y conciencia acerca de la Responsabilidad Social Empresarial, sin embargo, tal acción se ve empañada por el presupuesto y la misma competitividad del gremio de las farmacias. En este caso, la investigación revela que, corporaciones con más recursos económicos, logran manejar campañas masivas y mejor estructuradas con Responsabilidad Social Empresarial. En el caso del grupo COFASA, por la realidad que se vive del mercado se les hace difícil el poder implementar un plan similar, por lo tanto, lo que realizan es un tipo de ayuda ocasional periódica de donaciones y descuentos en los puntos de venta, con una expectativa a futuro de incursionar algún día en un plan de Responsabilidad Social Empresarial.

Bibliografía:

Modelo de Responsabilidad Social Empresarial para Costa Rica: Manual. / Andrea Prado y otros. San José, C.R.: AED, 2004. 51p. (COS HD60.5.C6M6).

BAYER, Responsabilidad Social Empresarial, Recopilado el día sábado 09 de Noviembre del 2013

<http://www.bayer-ca.com/que-es-rse/>

Fundación PRO Humana, Responsabilidad Social Empresarial de las Empresas, Recopilado el día sábado 09 de Noviembre del 2013

http://www.prohumana.cl/index.php?option=com_content&task=view&id=44&Itemid=60

Definición de Filantropía, ¿Qué es Filantropía?, Recopilado el día sábado 09 de Noviembre del 2013

<http://definicion.de/filantropia/>

Responsabilidad Social Empresarial (Herramienta de gestión empresarial), Las diferencias entre RSE y Filantropía, Recopilado el día sábado 09 de Noviembre del 2013

<http://rse.camaco.es.com/sv/pages/viewfull.asp?CodArt=108>

Filantropía, Principales tendencias de la filantropía en América Latina, Recopilado el día sábado 09 de Noviembre del 2013

http://www.lacdonors.org/biblio/Tendencias%20Filantropicas%20en%20America%20Latina/avina_articulo_2010_09_esp.pdf

Grupo COFASA, locación de farmacias, Recopilado el día sábado 12 de Octubre del 2013

http://www.cofasa.com/cadena/localizar_farmacias.php

Grupo COFASA, Misión & Valores, Recopilado el día sábado 09 de Noviembre del 2013

http://www.cofasa.com/quienes_somos/index.php

¿Qué es farmacia y cuál es su importancia?, phpBB Qué es farmacia, Recopilado el día sábado 12 de Octubre del 2013

<http://farmacia.foroactivo.com.es/t2-que-es-farmacia-y-cual-es-su-importancia>

El Financiero, Responsabilidad Social Empresarial de Purdy Motor, Recopilado el día sábado 09 de Noviembre del 2013

http://www.elfinancierocr.com/negocios/Purdy-Motor-estrategia-sostenibilidad-EF_0_316768334.html