

ULACIT
UNIVERSIDAD LATINOAMERICANA
DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA
— COSTA RICA —

UNIVERSIDAD LATINOAMERICANA DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CURSO:

Investigación Empresarial Aplicada

Proyecto Final de Graduación:

¿Cómo Percibe la población de profesionales, en el área de Finanzas, su responsabilidad social individual?

Facilitador: Óscar Ugalde, Ph. D.

Estudiante:

Juan Carlos Vázquez

Enero – 2011

Tabla de Contenido

1. Resumen.....	2
2. Abstract.....	3
3. Introducción	4
4. Marco Teórico.....	5
5. Orígenes	5
6. Definición.....	6
7. Características de los Conceptos R.S.I.....	6
8. Elementos de una responsabilidad social y una percepción.	7
9. Tipos de Responsabilidad social y de Percepciones	8
10. Responsabilidad social empresarial.....	9
11. Análisis de las Competencias generales y disciplinarias de los profesionales en finanzas.....	10
10. Metodología.....	11
11. Diseño apropiado de investigación.....	12
12. Extracción de la muestra	12
13. Fuentes de Información	12
Primarias:.....	12
Secundarias:.....	12
14. Objetivos	13
Objetivo General:	13
Objetivos específicos:.....	13
15. Análisis de los Resultados de la Investigación.....	14
16. Conclusiones	21
17. Recomendaciones.....	22
18. Bibliografía.....	23

1. Resumen

Es la responsabilidad social individual un tema de importancia entre los profesionales de finanzas en la empresa Farmacéutica GSk? Aplican los mandos medios o gerentes en finanzas alguna política de responsabilidad social en sus departamentos? Estamos los profesionales en finanzas siendo activadores de políticas dentro de la empresa dirigidas a educar y fomentar acciones en nuestros colaboradores en el tema de responsabilidad social?

Es por ello que esta investigación pretende mostrar, si en la práctica los profesionales en finanzas aplican el concepto de responsabilidad social individual en la empresa GSK y si los mismos son parte de actividades socialmente responsables, desde su propio departamento hasta con las actividades que fomente la Compañía hacia la comunidad.

La forma cómo se pretende profundizar en esta investigación es mediante encuestas a distintos colaboradores de la Empresa farmacéutica, de puestos medios y altos, los cuales responderán a un cuestionario que gira en torno a la relación de percepciones y responsabilidad social, ello para conocer si la educación que se ha recibido a través de los años de vida; desde el colegio, casa y Universidad han tenido enfoques en el tema de ser responsables ante la sociedad que nos rodea y descubrir si dentro de cada percepción está presente el ser responsable, y si los entrevistados buscan crear un balance equilibrado en la sociedad mediante acciones.

También se pretende definir términos de gran relevancia como: las percepciones, las competencias y la responsabilidad social individual y corporativa, ello con el fin de educar al lector a entender los mismos antes de entrar en análisis de los resultados exploratorios obtenidos.

Palabras clave: **Percepciones, Competencias, Finanzas, Responsabilidad social, profesionales.**

2. Abstract

Is the Individual social responsibility an important issue among finance professionals in the pharmaceutical company GSK? Do the supervisors and managers in Finance are applying any social responsibility politic in their departments? Do the professionals in finance have being activators of policies within the company designed to educate and encourage our employees on social responsibility issues?

Therefore, this research tries to show if in practice the financial professionals applies the concept of individual social responsibility at GSK Company and whether they are part of socially responsible activities, from their own departments, even with the activities that Company develops to the community.

In addition, by surveying various partners of the pharmaceutical company, medium and high grade of position level, they should respond to a questionnaire that involves the relationship of perceptions and social responsibility in order to evaluate whether education was received through the years from school, home and university has had approaches to been socially responsible to the society around us and find out if in the perceptions of professionals in finance, this term is well knowledge and also to seek if the partners have been create through their actions a good balance in the society.

Also, this investigation intend to define terms of great relevance, as are the perceptions, the competencies, and the individual and corporate social responsibility, with the only purpose of educating the reader understanding these concepts before going into the analysis of the results obtained from this exploratory research.

Key Words: Perceptions, Competencies, Finance, social responsibility, professionals.

3. Introducción

En el mundo de las empresas Farmacéuticas es de suma importancia que cada colaborador concientice sobre la importancia e impacto que sus acciones como funcionario en ese gremio, puedan llegar a causar. Además, definir una responsabilidad social como individuo dentro de la empresa siempre enfocada hacia una sociedad que es vulnerable si no se toman en cuenta las medidas correctas en los procedimientos que a diario se llevan a cabo.

Es por ello que cabe resaltar el esfuerzo en nuestro país, por parte del gobierno central, de crear el Decreto Ejecutivo N° 35994-S, estableciendo así, los principios y directrices de las buenas prácticas de manufactura que regulan todos los procedimientos involucrados en la elaboración de productos farmacéuticos con el fin de asegurar la eficacia, seguridad y calidad de los mismos.

Hoy en día, las empresas Farmacéuticas ven la responsabilidad social como una obligación ética y moral, según Manuel Carneiro¹, que es asumida voluntariamente por la empresa, para formar parte del marco social, donde esta responsabilidad se fragmenta en: responsabilidad primaria de la empresa, donde se vinculan los integrantes de la propia organización (accionistas, directivos y trabajadores), las responsabilidades secundarias, orientadas hacia los proveedores, consumidores y competencia de la empresa y por último las responsabilidades frente al entorno general de la organización, en especial el Estado y la administración pública, así con la sociedad con que se tenga relación.

Ante este escenario, nace mi interés en profundizar: **¿Cómo perciben los gerentes y mandos medios de cada área financiera de la empresa GSK (contabilidad, finanzas, tesorería, compras, entre otros) su responsabilidad social como individuos dentro de la misma?**

Dentro de una empresa farmacéutica, cada colaborador tiene una función importante, ello por la cadena de valor que se forma entre los distintos departamentos y cuyo fin común es trabajar de forma eficiente basados en las normas locales y corporativas de la empresa. Ante esto, no podemos responsabilizar sólo a los encargados de producción de un incidente en que se vea la empresa relacionada con alguno de sus productos, sino como toda una corporación, el aporte

¹ Carneiro, Manuel (2004). **La Responsabilidad Social Corporativa Interna: La Nueva frontera de los Recursos Humanos**. Madrid: ESIC Editorial.

de cada colaborador es de gran relevancia para mantener la figura y marca comercial libre de toda mala fama.

4. Marco Teórico

En esta sección se pretende definir y caracterizar los orígenes de la responsabilidad social dentro de un marco tanto individual, como corporativo. Además, se dará énfasis al concepto de percepción, el cual es de suma importancia dado que la investigación iniciará desde este concepto.

5. Orígenes

Se remonta el concepto de responsabilidad social al de ser responsable con las personas que nos rodean y el entorno en sí, desde los filósofos griegos y el sistema romano (Derecho Romano). Así, por ejemplo, el estoicismo² pone énfasis en los deberes cívicos, la responsabilidad social, la importancia de una buena ley y la igualdad de los derechos ciudadanos. Uno de sus grandes representantes, Cicerón³, en libro primero de “Los Deberes”, (*De officiis*) habla sobre los deberes que tiene el hombre hacia la sociedad y hacia él mismo y propone que existe sólo una ley verdadera, la cual es la recta razón, la cual de acuerdo con la naturaleza, gobierna sobre todos los hombres, es eterna y no cambia. La misma impulsa a los hombres a cumplir con sus deberes, prohibiéndoles hacer el mal.

Por otro lado, la percepción, es un concepto que comenzó a ser estudiado en el siglo XIX. Los primeros modelos que relacionaban la magnitud de un estímulo físico con la magnitud del evento percibido posibilitaron el surgimiento de la psicofísica.

Los especialistas aseguran que la percepción es el primer proceso cognoscitivo, que permite al sujeto captar la información del entorno a través de la energía que llega a los sistemas sensoriales. (Vargas 1994)

² Establece que existe una razón divina que rige el mundo según un orden necesario y perfecto; que el hombre debe guiar sus acciones exclusivamente por la razón, y que la indiferencia y desprecio hacia todas las emociones mediante el ejercicio de la virtud es el ideal del hombre sabio.

³ Constituido en uno de los máximos defensores del sistema republicano tradicional, combatió como pudo la [dictadura de César](#), recordado por sus escritos de carácter humanista, filosófico y político.

Para efectos de esta investigación se profundizará en ambos conceptos y se presentarán sus definiciones haciendo hincapié en cómo los mismos se relacionan dentro de un marco de profesionales en el área financiera actual.

6. Definición

El concepto de responsabilidad social de cada individuo obedece a la obligación de todo ser humano de mostrarse coherente con las virtudes y los saberes que posee, los cuales se han ido adquiriendo a través de su vida y de la manera en que ese conjunto de valores se lleva a cabo, como una acción justa y de consideración correcta hacia los demás.

La responsabilidad social aparece como la racionalización de los valores humanos, concebidos desde el Ethos colectivo, donde priman los sentimientos de solidaridad y la voluntad férrea por el respeto mutuo. (Malavera, 2008).

En cuanto a las percepciones, que para efectos de esta investigación van a unirse al concepto con la responsabilidad social; Alfredo Ardilla en su libro de La Psicología de la Percepción (1980) la define como: *“el proceso cognitivo de la conciencia que consiste en el reconocimiento, interpretación y significación para la elaboración de juicios en torno a sensaciones adquiridas del ambiente físico y social”*. En pocas palabras es la conciencia de juicio que la persona recibe al relacionarse con su medio y la misma es canalizada por sus órganos sensoriales donde estos transmiten hacia el sistema nervioso los cambios que se operan en el medio; y una vez que esos cambios son registrados en el cerebro, el individuo los estructura y les da significado y sentido. En ese momento, las sensaciones se han transformado en percepción.

7. Características de los Conceptos R.S.I.

La responsabilidad social no solo implica el desarrollo individual, sino también el bien común, la capacidad indiscutible de hacerse socialmente responsable del reconocimiento del otro como ser integral, es la fuerza moral que hace a una persona más ética y humana, es la firme consigna hacia lo literalmente altruista, no visto únicamente desde el punto benevolente sino desde la capacidad invaluable de colocarse en el lugar del otro. (Malavera, 2008)

Además, las personas que siguen este concepto tienen características como:

- Son personas conducidas por un altruismo genuino, inspiradas a ser buenos y a ayudar.
- Los incentivos materiales entran en juego, es más probable que las personas donen a la caridad, si sus contribuciones son deducibles de impuestos.
- También, son personas impulsadas por una preocupación social en el tema de auto-estimas.
- En la búsqueda de un prestigio en la sociedad mediante acciones.
- Preocupación por una buena imagen.

8. Elementos de una responsabilidad social y una percepción.

Teniendo como base un trabajo marco de profesores del Ministerio de British Columbia sobre la responsabilidad social, se establecen los siguientes elementos con el fin de establecer pautas para llegar a ser creadores de responsabilidad social:

- Contribuir en la comunidad, siendo participativo en la misma con obras de ayuda a grupos menos afortunados o únicamente con el hecho de compartir en común en un ambiente social.
- Resolver conflictos de forma pacífica, mediante el respeto a otras opiniones y dando a conocer los argumentos de forma respetuosa.
- Valorando la diversidad.
- Defendiendo los derechos humanos.
- Poniendo en ejercicio los derechos y responsabilidades de una democracia.

En cuanto a las percepciones, la cual para efectos de esta investigación se relacionará con el tema de RSI, es el elemento fundamental en el proceso de estructuración es la relación entre figura y fondo. Entendemos por figura el objeto o proceso sobre el cual está puesta la atención del sujeto y por fondo, los elementos del medio que rodean a esa figura.

Otro elemento necesario a considerar dentro del marco de las percepciones, son las sensaciones, las cuales juegan un rol importante dentro de la estructura mental de cada individuo y la relación que se da entre esa estructura mental y la realidad. Los elementos que una persona pone en juego para ordenar y estructurar las sensaciones provienen de su propia estructura mental, no de los objetos. Las percepciones que tenemos dependen de nosotros, no del objeto percibido; porque somos nosotros los que ordenamos los elementos que nos ofrece la realidad. Otro elemento que define la percepción es la forma a través de la cual una persona ha ido procesando y estructurando en su pensamiento las experiencias vividas.

9. Tipos de Responsabilidad social y de Percepciones

Para las percepciones hay dos tipos básicos, según Sescovich: las percepciones visuales esto se puede entender más claramente en cómo yo percibo algo que veo, por ejemplo una disputa, la figura son dos personas peleando, el fondo es el lugar y los objetos que las rodean.

El otro tipo son las percepciones auditivas, que las adquiero según lo que escucho, por ejemplo si percibo una canción, su texto y música son la figura, y los demás ruidos ambientales son el fondo.

También existen, según David Hume, otros dos tipos:

- Percepciones simples: son las percepciones con una impresión simple, se componen de las impresiones simples el color, la forma, y si también se toca, la textura y grado de calor.
- Percepciones complejas: las percepciones que admiten una descomposición en percepciones simples.

Según mi percepción, se pueden definir dos tipos de responsabilidad social, esto con base en los individuos que la aplican, la cual es la responsabilidad social individual y la otra es la responsabilidad social corporativa.

El Banco Mundial en su publicación de “Los Roles del Sector Público, Reafirmando la responsabilidad Social Corporativa: una base de estudio; a lo largo de la lectura habla de los siguientes tipos, fundamentados en campos de acción:

- Responsabilidad moral: que se relaciona con las acciones y su valor moral, sea entonces al daño causado a un individuo, a un grupo o a la sociedad entera por las acciones o las no-acciones de otro individuo o grupo.
- La responsabilidad política es la imputabilidad de una valoración por el uso que un órgano o individuo hace del poder.
- La responsabilidad jurídica es la imputabilidad jurídica que puede manifestarse como culpabilidad penal (dolosa o no) o como simple imputabilidad no culposa (responsabilidad objetiva).
- La responsabilidad ambiental se refiere generalmente al daño causado a otras especies, a la naturaleza en su conjunto o a las futuras generaciones, por las acciones o las no-acciones de otro individuo o grupo.

10. Responsabilidad social empresarial.

Dentro del marco de esta investigación, no se puede hablar sólo de responsabilidad social individual y su perspectiva dentro del grupo de los profesionales en finanzas, sin tocar el campo de acción corporativo, que es donde esta RSI va a ser aplicada por cada colaborador y se considera importante investigar si las personas se identifican con las políticas sociales de GSK.

Por ello presento el concepto de RSE según Miguel Rendueles Mata (2010):

“Es el compromiso que asume una empresa para contribuir al desarrollo económico sostenible por medio de colaboración con sus empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad, con el objeto de mejorar la calidad de vida”

Cabe resaltar que la RSE, viene dividirse en sus acciones primarias, las cuales son aquellas inherentes a la actividad que se especializa; las acciones secundarias que son aquellas que inciden en la actividad de los grupos sociales con que se relaciona la empresa.

Por último, las acciones terciarias, que son aquellas que buscan mejorar el entorno mediante acciones que no vienen de la actividad en que se especializa la empresa, como por ejemplo la siembra de árboles y mantenimiento de escuelas públicas por parte de una empresa farmacéutica.

11. Análisis de las Competencias generales y disciplinarias de los profesionales en finanzas.

Parte importante es para esta investigación, el conocer las competencias que poseen los profesionales en el área de finanzas, ya que a través de ellas y mediante la recopilación de datos, se conocerán las que poseen este grupo de personas que he seleccionado de la empresa GSK y daré un análisis sobre las mismas dando una crítica sobre que tan alineadas están al concepto de responsabilidad social individual.

Según Martha Alles, en su obra de Diccionario de Comportamientos, define la competencia como las características de personalidad que vienen de comportamientos que generan un desempeño exitoso. También, la autora establece que los conocimientos y competencias son necesarios para realizar cualquier tipo de trabajo aunque su relación es diferente. Ella difiere uno del otro como que el conocimiento es la base para un desempeño, pero las competencias serán aquellas que harán exitoso ese desempeño.

Paralelo a este tema, la Organización Internacional del Trabajo (OIT) clasifica las competencias en 3 tipos:

1. Competencias básicas: las adquiridas en el preescolar y en el inicio de la escuela.
2. Competencias específicas o disciplinarias: son las adquiridas en la especialización profesional.
3. Competencias esenciales: son aquellas competencias genéricas de cada persona, estas no se aprenden en un lugar en específico, sino son aquellas nativas de cada persona, las mismas se reflejan en temas como de tipo comunicativo, resolución de problemas, uso de la tecnología y lengua moderna.
4. Competencias generales o genéricas: adquiridas en el periodo escolar y en la práctica del trabajo. Estas tienen su base sobre tecnologías, atributos humanos, creatividad y capacidad de transferir conocimientos. Son competencias que vienen a dar el desarrollo para tomar decisiones, la iniciativa, la empatía, la simpatía, la habilidad numérica y computacional, la habilidad verbal y de conversación.
5. Competencias profesionales: se adquieren gracias a la experiencia profesional y son reconocidas como buenas por su entorno social.
6. Competencias tácitas: adquiridas y ejercidas en la práctica del trabajo diario, llamados también como secretos del oficio.

7. Competencias transversales: son las comunes a diversas actividades profesionales, permiten la transferencia de un perfil profesional a otro.

Es por ello que mediante las encuestas que se irán a realizar en un marco de investigación donde se busca el análisis de los datos que las mismas presenten, su punto de partida será a través de las competencias generales que se usarán para analizar a los individuos y su responsabilidad social, y de esta forma concluir cómo es la percepción de los profesionales en finanzas de la empresa GSK, y si la misma esta ligada con la responsabilidad social corporativa implantada.

10. Metodología

El tipo de investigación es mixto. Por un lado será de tipo descriptivo por cuanto se estudian las diferentes percepciones que un profesional en finanzas debe tener y que las mismas han logrado que la empresa GSK sea un ejemplo de responsabilidad social dentro del núcleo social que la rodea. También, la investigación es de tipo vinculante, ya que busca unir los conceptos de percepción con responsabilidad social dentro de un marco de profesionales de finanzas. Además, esta investigación lleva elementos exploratorios

El enfoque que se le va dar es también mixto, con análisis de tipo cuantitativo y cualitativo, ya que por una parte debe examinarse los datos estadísticos que van a generar las 50 encuestas hacia los profesionales de finanzas y luego de una forma de cualidades, se profundizará en el entendimiento del comportamiento humano hacia la responsabilidad social individual así explicar los diferentes comportamientos que tomen de los individuos que se van a entrevistar respecto de su perspectiva como individuos en un marco de responsabilidad social.

El objetivo específico de dichas encuestas será recopilar de las propias fuentes primarias, las percepciones que ellos como profesionales de finanzas, consideren cruciales para tener éxito en su puesto de una forma responsablemente social. De esta forma, se expondrán las perspectivas claves que, según los puntos de vista y sus propios criterios, se debe tener como individuo en un entorno que nos demanda ser responsables en la sociedad que nos rodea, desde un nivel individual hasta la unión de todos en una corporación.

11. Diseño apropiado de investigación

Se realiza el análisis de los resultados que vayan a arrojar las encuestas aplicadas a los colaboradores de la Empresa GSK de Costa Rica, quienes deben de fungir en puestos financieros y tener un grado medio o alto dentro de la misma. Estas encuestas llevarán a explorar a profundidad el tema seleccionado para esta investigación. La forma en que las mismas llegarán a los colaboradores será mediante correos electrónicos, o impresos para algunos casos.

12. Extracción de la muestra

La muestra está basada en 50 entrevistas que se van a realizar a supervisores y gerentes de los distintos departamentos financieros dentro de la empresa GSK. Esto la convierte en una muestra no probabilística, ya que consistente en que el investigador selecciona la muestra que supone sea la más representativa, utilizando un criterio subjetivo y en función de la investigación que se vaya a realizar. Esta muestra se alimentará mediante el muestreo por cuotas, ello porque se establecerá unas determinadas condiciones como: 50 individuos de 25 a 50 años, de sexo femenino o masculino y del área de finanzas.

13. Fuentes de Información

Primarias:

Son aquellas en que el investigador recoge en forma directa la información para desarrollar el trabajo investigativo. Es de vital importancia identificar correctamente a los poseedores de la información. Para esta investigación las fuentes primarias son los expertos en finanzas que mediante una entrevista, proporcionan la información pertinente.

Secundarias:

Se consideran fuentes secundarias los registros de información básica que se encuentran en bibliotecas o dentro de la misma empresa. Para esta investigación se acudió a:

- Libros
- Diccionarios enciclopédicos.
- Revistas, periódicos, boletines.

- Páginas Web con información confiable.

14. Objetivos

Objetivo General:

Investigar ¿Cómo perciben los gerentes y mandos medios de cada área financiera de la empresa GSK (contabilidad, finanzas, tesorería, compras, entre otros) su responsabilidad social como individuos dentro de la misma?

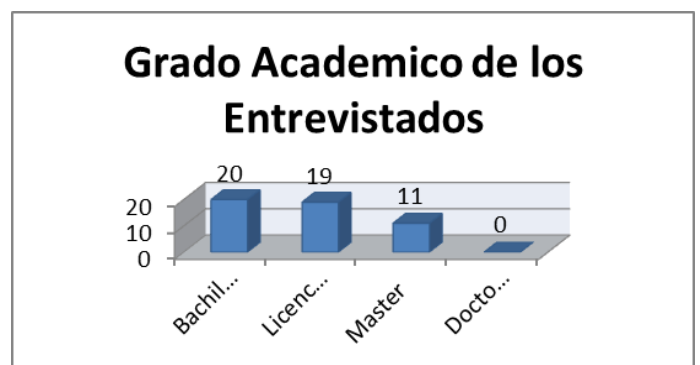
Objetivos específicos:

- Definir el perfil ideal de un profesional especialista en Finanzas según el criterio de la empresa GSK Costa Rica.
- Identificar y entrevistar al grupo de gerentes y mandos medios en finanzas, con el fin de conocer sus perspectivas en cuanto a la responsabilidad social individual.
- Formular la visión de negocios de un especialista en Finanzas dentro de un marco de responsabilidad social.
- Identificar las diferentes perspectivas que hay dentro de los profesionales de finanzas de GSK.

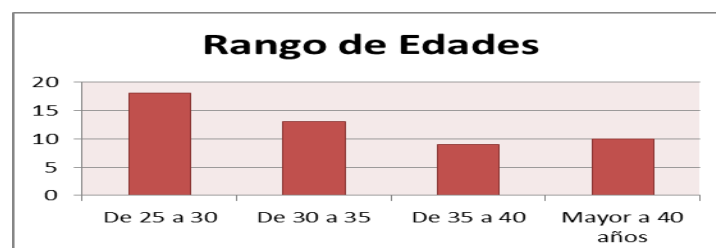
15. Análisis de los Resultados de la Investigación.

Cabe resaltar dentro de esta investigación, que las 50 entrevistas fueron hechas satisfactoriamente en un tiempo de 3 semanas, ya que fue un poco difícil el contactar a los mandos medios y altos al mismo tiempo y también, los cierres mensuales de la empresa fueron una piedra en el camino. A pesar de estas y otras barreras, la investigación fue satisfactoriamente terminada, por lo que a continuación se analizan los resultados de la encuesta realizada a los profesionales en finanzas.

De los 50 entrevistados, 29 son hombres y 21 mujeres, por lo que es evidente que en puestos medios y altos hay mayor presencia del sexo masculino (58%). Además, esta población seleccionada en su mayoría es costarricense con grado académico de bachillerato. Ante esto surge la pregunta de cómo en mandos medios y altos hay personas con grados académicos no tan altos? (en su mayoría). La pregunta se responde de forma sencilla, y es que en su mayoría son personas con bastantes años en la empresa y han ido escalando los puestos por desempeño a lo largo de su tiempo dentro de la misma.



Si analizamos los rangos de edad, los resultados arrojan que las personas que dirigen los departamentos financieros, en su mayoría son de edades entre los 25 a 30, ello como resultado de más puestos de trabajo creados para mandos medios.

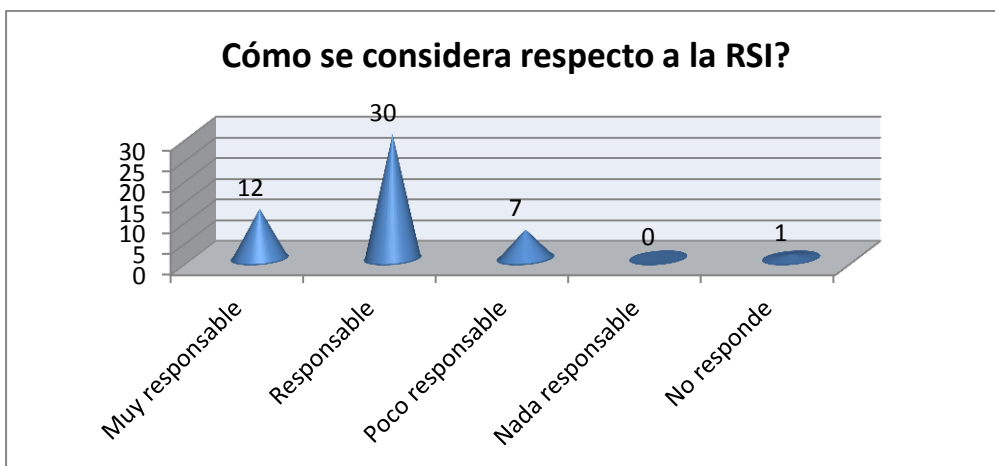


Empezando con el cuestionario directamente asociado al análisis fundamental de esta investigación, se da a conocer si los entrevistados conocen el concepto de Responsabilidad

Social Individual, donde 49 personas lo conocen y solamente 1 no. A esta persona que dice no conocerlo, se le explica los elementos que conlleva el concepto, tales como buenas costumbres, ética profesional y moral; y es de esta forma que asocia el mismo.



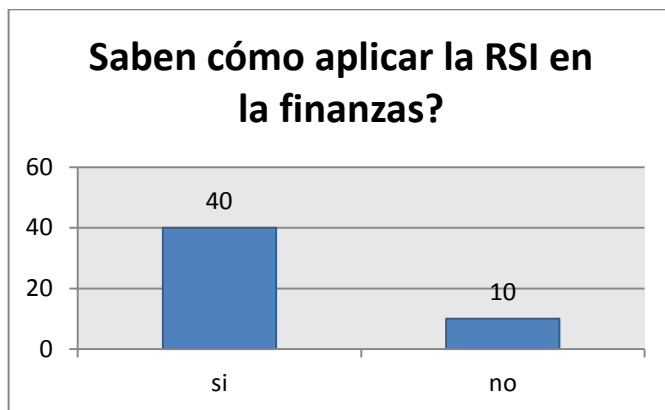
En la pregunta de *Cómo se consideran respecto al concepto de RSI?*, los encuestados en un 60% respondieron que son responsables, frente a un 24% que dicen ser muy responsables y por otro lado un 7% respondió que son poco responsables. Ante ello se logra analizar que la mayoría de profesionales consultados, tiene presente el concepto y lo lleva a cabo en sus puestos; mientras que las personas que contestaron que aplica muy poco este concepto se debe principalmente a razones como que la empresa no les exige y por otro lado, sus puestos son muy metódicos.



En la pregunta que busca analizar los recursos fundamentales que un profesional de las finanzas debe tener para ser una persona con una responsabilidad social individual desarrollada, 28 personas respondieron que es necesario tener la motivación y como segundo elemento fundamental, estar capacitados. Los recursos económicos y el tiempo libre, también fueron elementos a considerar como recursos necesarios para que un profesional desarrolle este concepto en su puesto de trabajo.



Cuando se les pregunta a los entrevistados si saben cómo aplicar el concepto de RSI a las finanzas, un 80% responden que sí saben, pero lo preocupante es que hay un 20% que no sabe cómo hacerlo. Dentro de este 20% hay licenciados y bachilleres en las carreras de contabilidad y Administración, por lo que podemos concluir que en su grado de educación no hubo énfasis en la parte de responsabilidad social y que además, la empresa no les ha dado la capacitación necesaria para desarrollar este concepto en su puesto de trabajo.

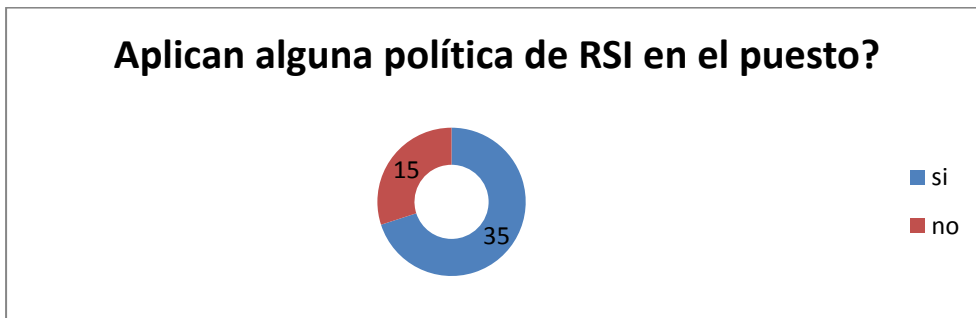


Para la siguiente pregunta, que va muy unida a la anterior se busca conocer si los entrevistados aplican alguna política de RSI en sus puestos de trabajo. De forma irónica cabe señalar que de las 10 personas que respondieron que no saben cómo aplicar la RSI en las finanzas, 4 de ellos aplican alguna norma de responsabilidad social en sus puestos, mientras el resto no sabe cómo actuar en ese sentido.

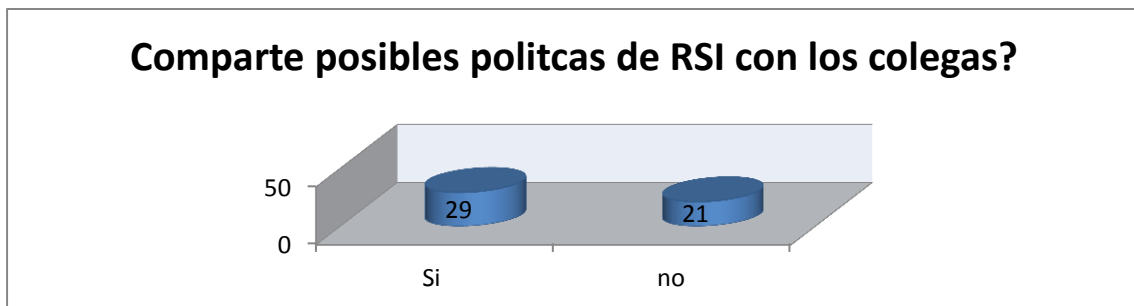
Como resultado general, 35 personas de las 50 entrevistadas, sí aplican alguna norma de responsabilidad social en sus puestos, tales como:

- Seguir la normativa interna de la empresa.
- Reciclaje de los documentos no utilizados en el área

- Uso racional de los recursos del departamento.



Para la siguiente pregunta de la encuesta, se busca conocer si los profesionales comparten posibles políticas de RSI con sus colegas, 29 dicen hacerlo, mientras 21 no lo hacen. Importante destacar, que dentro de los 29 que sí lo hacen, hay 2 personas que no sabían cómo aplicar la RSI en las finanzas. Además, de este 42% que no las aplican, hay 10 que son bachilleres, 9 licenciados y 1 master, por lo que queda en evidencia que el grado de madurez profesional y académico va intrínsecamente unido con los conocimientos que se adquieren con los años.



Cuando se busca saber si los mandos medios o altos en puestos de finanzas, están exigiendo a sus subordinados el aplicar normas de RSI en sus puestos, 36 de los 50 entrevistados no lo hacen, lo preocupante de este análisis es que dentro de ese 72% de la población, hay personas que dicen conocer el concepto de RSI y dicen saber cómo aplicarlo a las finanzas.

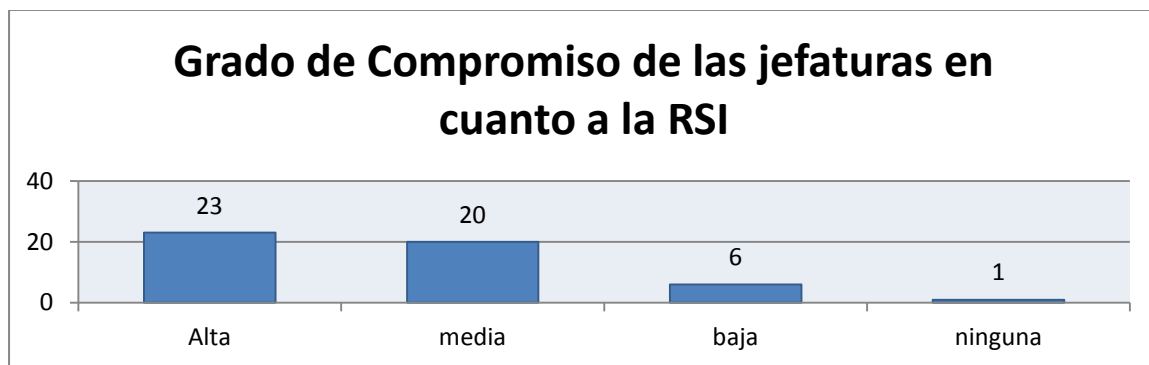
Del grupo de 12 personas que dicen si exigir políticas de RSI en los puestos de sus subordinados, contestan que algunos ejemplos de las mismas son:

- Ética profesional
- Orange day (día dedicado a la comunidad)
- Equidad salarial
- Pulse (ayuda a las comunidades mediante ONG's)

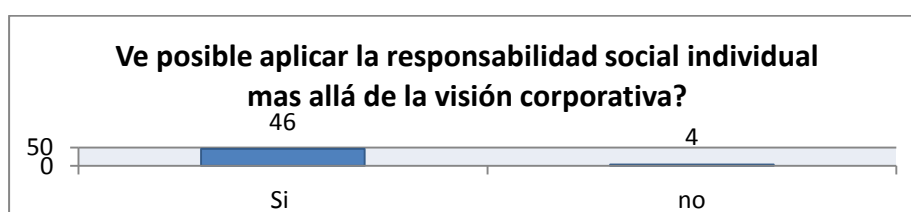
- Procesos transparentes
- Reciclaje de la basura
- Ahorro del consumo eléctrico (apagar monitores)



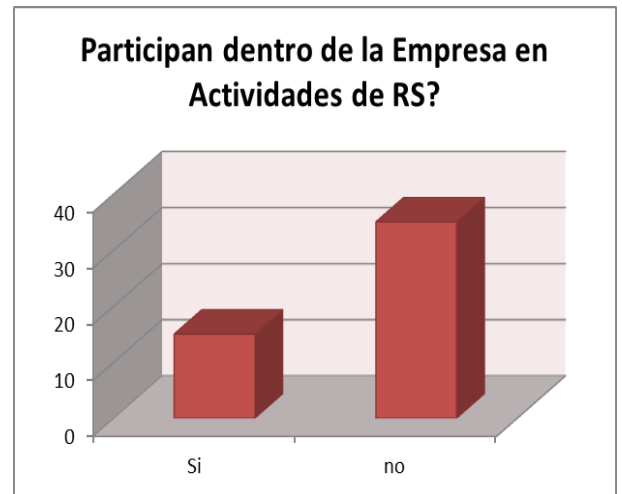
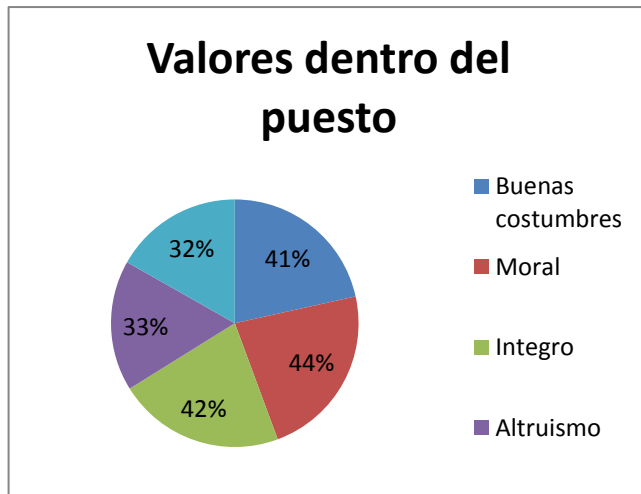
Como respuesta a esta pregunta, se busca ahondar más en el tema de la transferencia de RSI que se da desde los mandos medios-altos hacia los subordinados y conocer realmente si hay compromiso por parte de las jefaturas en cuanto a este tema. 23 personas responden que su nivel de compromiso es alto, siendo estos en su mayoría master en su titularidad. Mientras que 20 personas, licenciados y bachilleres, opinan que su grado de responsabilidad es medio y las 6 personas que dicen tener poco grado de compromiso tiene que ver básicamente por no conocer bien el concepto de RSI y porque no se les exige aplicar el mismo en su puesto.



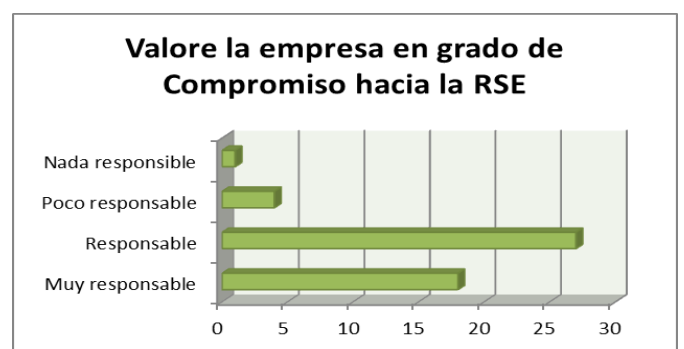
Cabe resaltar en el siguiente análisis de resultados, que los profesionales en finanzas valoran el aplicar la RSI mas allá de los valores de la empresa, queriendo decir con esto que exija o no la empresa ser responsables socialmente, los profesionales en finanzas siempre motivarán a que se lleven a cabo políticas de RSI en los puestos que maneja.



Dentro de este análisis en cada uno de los individuos entrevistados, se desea saber cuáles valores consideran más importantes para una RSI, donde la moral, las buenas costumbres y la integridad de la persona son los más importantes. Lo triste de estos resultados es que ese 80% de personas que saben como aplicar las RSI en las finanzas y que además discuten con sus colegas sobre el tema, tienen poco interés en participar en las actividades sociales de la empresa esto debido a la carencia de motivación y capacitación en el tema.



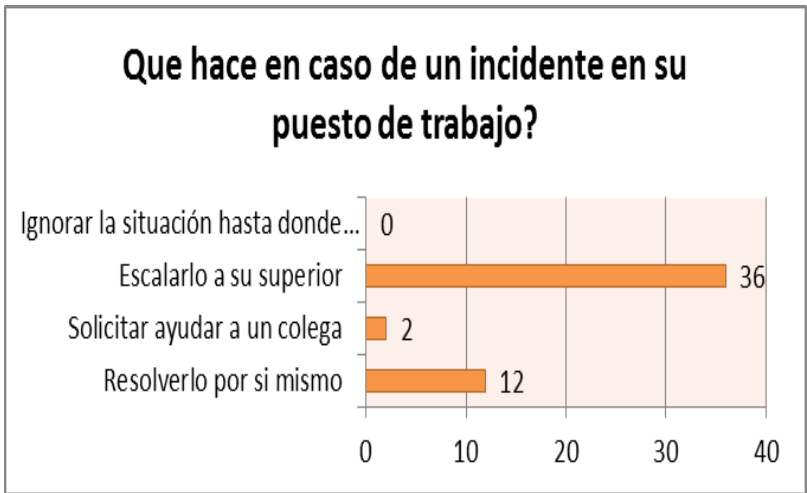
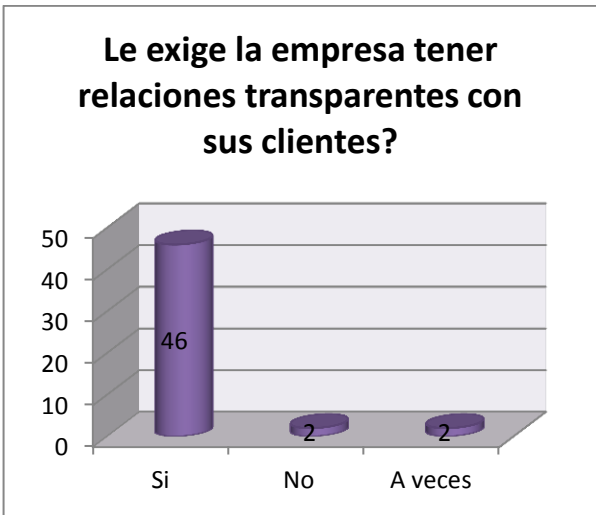
Como parte de la encuesta, se analizó si el grupo de encuestados conoce el concepto de responsabilidad social corporativa, el 92% lo tienen muy claro y cuando se les pregunta que expliquen la relación del mismo con la empresa, 27 responden que la empresa es responsable corporativamente y 18 que es muy responsable, por lo que un 90% de los encuestados defiende a la empresa en el tema de RSC.



Para ir finalizando el análisis de esta encuesta, se buscó saber que tan honesta es la figura de la jefatura hacia sus clientes dentro de su puesto y que tanto incide la empresa en estas actitudes.

Por lo que los resultados presentados, se puede ver que un 92% de los entrevistados esta consciente que la empresa exige claridad y honestidad, de este porcentaje, solo un 82% es

honesto hacia sus clientes y un 18% lo es casi siempre, por lo que se puede ver que no todos siguen las directrices establecidas corporativamente. Por otra parte, si por un acto de negligencia de una de las jefaturas se da un incidente que afecte gravemente a la empresa, 36 de los entrevistados llegará a transferir esta situación con uno de sus superiores y ninguno de los entrevistados va ignorar el incidente hasta que descubra el mismo por si solo.



16. Conclusiones

En el inicio de esta investigación se definieron conceptos de suma relevancia para este trabajo, así el profesional que llegue a leer esta investigación, quede satisfecho con la definición de los conceptos como: percepción, responsabilidad social y competencias, así de esta manera logre aprender y conocer de qué forma desarrollar el concepto social desde una perspectiva individual y ¿por qué no?, llegar a ser un elemento activador a lo interno de la empresa en la que trabaje con el fin de desarrollar este concepto a un nivel corporativo.

También, desde un inicio se pretendió definir y demostrar como un profesional en finanzas debe ser responsable de forma social con su empresa, colegas y su comunidad; ya que elementos como: altruismo genuino, impulso por una preocupación social y preocupación por forjar una buena imagen de su lugar de trabajo, deben ser elementos fundamentales en un profesional de cualquier rama social de estudio.

Se dio a conocer qué tan relacionados con el tema de responsabilidad social individual están los profesionales en finanzas en la empresa GSK. Al mismo tiempo mostrar lo que es necesario para llevar a cabo el mismo concepto de forma individual y hacia sus subordinados. Se observó que los mismos necesitan más motivación y capacitación para llevar a desarrollar con éxito tareas relacionadas con este tema.

Esta investigación mostró resultados como el que los mandos gerenciales con grado de maestría, son personas que mas allá de conocer el concepto a un nivel personal y corporativo, lo llegan a transmitir a los subordinados con el fin de exigir ciertas normas por departamento, además, estas personas son partícipes de las actividades que la empresa hace socialmente hacia la comunidad, como pintar escuelas, reciclaje de los desechos que se produzcan dentro de la misma, donaciones de ropa o alimentos a sectores menos desarrollados económicamente, entre otros. Son líderes que más que únicamente tener a su cargo personal, se preocupan por dar el ejemplo al mismo y permitirle concientizar en temas tan delicados como la ética y moral.

Concerniente a lo expuesto, las propias jefaturas critican a la empresa, porque sólo escoge 1 día al año para hacer obra social, día al cual se le denomina “orange day”. Los colaboradores de la empresa piensan firmemente que se pueden llevar a cabo más obras sociales si la empresa provee de recursos y tiempo para su realización; también sostienen que es de suma

importancia y casi una obligación, dar un mayor ejemplo como empresa transnacional en el tema de responsabilidad social corporativa, en comparación con las pequeñas y medianas empresas que poseen menos recursos.

17. Recomendaciones

Estas van a ir dirigidas hacia los colaboradores de la empresa y los encargados de tema de responsabilidad social empresarial:

1. Se deben organizar más actividades en pro de la comunidad por parte de la empresa y no únicamente fomentar las mismas un día al año.
2. Se debe motivar más al personal de GSK a ser partícipes de las actividades cuyos fines son responsablemente sociales, ya que la participación actual es baja.
3. Se debe capacitar más al personal, por parte de RRHH, en el tema de responsabilidad social, desde una perspectiva individual hacia su puesto y de forma corporativa en la comunidad.
4. Se debe capacitar a las jefaturas para desarrollar conjuntamente con sus subordinados, proyectos socialmente sostenibles hacia las comunidades vecinas y a través de esto, dar un mayor apoyo a la empresa en el área de responsabilidad social corporativa.
5. Dar capacitaciones a los colaboradores en el tema de transparencia hacia los clientes y jefaturas, ya que muchas entrevistas mostraron resultados altos en la sección de claridad y transparencia hacia sus clientes, además, la mención de que en algunas ocasiones prefieren arreglar los problemas por sí solos que solicitar el apoyo de sus superiores.
6. Se debe de incentivar en las Universidades, sobre todo en los grados de bachillerato y licenciatura, cursos que motiven más el análisis de los estudiantes hacia la importancia de la responsabilidad social en nuestros futuros o actuales puestos de trabajo.

18. Bibliografía

- + Fox, Ward and Howard, (October 2002), Sector Roles in Strengthening Corporate Social Responsibility: A baseline Study, International Institute for Environment and Development (IIED), World Bank.
- + Echegoyen Olleta J, (2005), Historia de la Filosofía, volumen 2: Filosofía Medieval y Moderna, Editorial Edinimen.
- + Malavera Pulido C, (2007), Deber ser en la Responsabilidad Social, ¿Utopía o Proceso?, Barcelona, Editorial de la Fundación Universitaria Monserrate.
- + Ministry of Education (2001), Province of British Columbia, Social Responsibility a Framework; Student Assessment and Program Evaluation Branch.
- + Benabou R and Tirole J, (2010), Individual and Corporate Social Responsibility, Version #6, Princeton University, US.
- + Bestraten M, Pujol L, (2009), Responsabilidad Social de las empresas: tipos de responsabilidades y plan de actuación, Trabajo de Investigación del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales de España.
- + Hernández, Fernández, B. (2006). Metodología de la Investigación. Cuarta edición. Mc Graw-Hill Interamericana, México D.F.
- + Vargas Melgarejo L, (1994), Sobre el Concepto de Percepción, Alianza Editorial, México.
- + Ardilla Alfredo, (1980) Psicología de la percepción, Ed. Trillas, México.
- + Consejo de Ética y transparencia de la Industria Farmacéutica, Código de la Industria Farmacéutica establecida en México, Segunda Edición, 2009.
- + Brooks N, Pérez A y Pérez R, Responsabilidad social empresarial en las franquicias farmacéuticas, Revista Venezolana de Gerencia v.14 n.46 Maracaibo junio, 2009.
- + Cabrera Sotomayor G, La responsabilidad social de la empresa y las Metas de Desarrollo del Milenio, Oficina de Gestión de Proyectos Ministerio de Educación, marzo 2006.
- + Baptista F, (2010), Toma de Decisiones Éticas en la industria Farmacéutica: Retos y Desafíos, Universidad Dr. Rafael Bellosillo Chacín (URBE), Venezuela.

- ✚ Sescovich Rojas S, La Naturaleza de las percepciones, recuperado el 15 de febrero del 2012 de <http://www.conductahumana.com/articulos/ciencias-del-comportamiento/la-naturaleza-de-las-percepciones/>
- ✚ Alles, Martha Alicia (2009). La Trilogía: Diccionario de Comportamientos, 1500 comportamientos relacionados con las competencias más utilizadas, Tomo II. Primera edición. Ediciones Granica, Buenos Aires. Tomado el 03 de marzo de 2010, de <http://books.google.co.cr/books?id=aYWYmC1T5TIC&pg=PA36&dq=competencias+b%C3>
- ✚ Rendueles Mata M, (febrero 2010), Desarrollo Económico y Social en el Marco de la Responsabilidad Social Universitaria, recuperado el 15 de febrero del 2012 de: <http://www.publicaciones.urbe.edu/index.php/coeptum/article/view/223/637>
- ✚ La Gaceta Digital: GACETA N°89, Reglamento Técnico Sobre las Buenas Prácticas de Manufactura para la industria farmacéutica, productos farmacéuticos y medicamentos de uso humano, DECRETO EJECUTIVO N° 35994-S, EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA Y LA MINISTRA DE SALUD, San José Costa Rica, Miércoles 12 de mayo del 2010, encontrado el 15 de febrero en <http://www.gobiernofácil.go.cr/e-gob/gacetadigital/completa89.html>