

UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL



**“Comportamiento ético desde la óptica de
la Responsabilidad Social de las
Farmacias ubicadas en la ciudad de
Chillán”**

MEMORIA PARA OPTAR AL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL

Verónica Paz Martínez Jara

Profesor Guía: Sr. Omar Acuña Moraga

2016



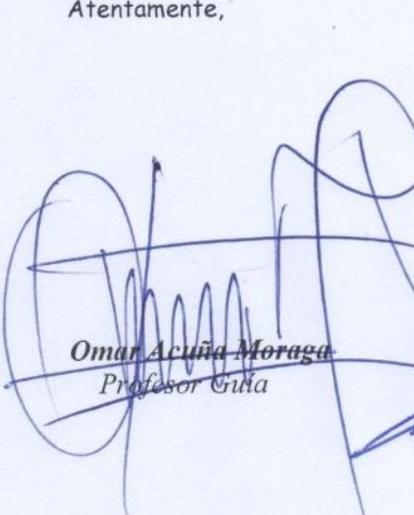
Chillán, 13 de enero de 2016.

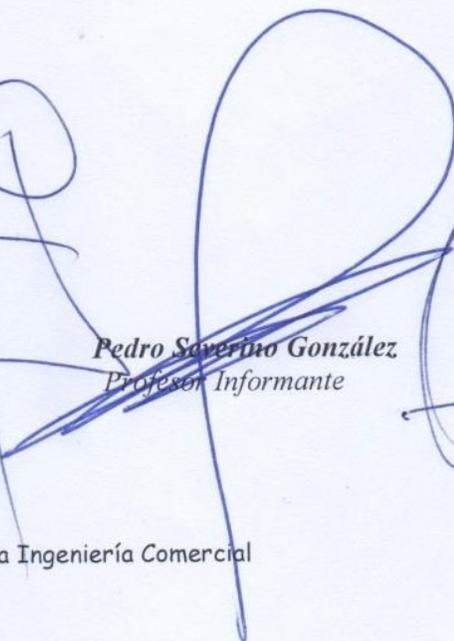
Informe: Memoria de Título

En relación a la evaluación de la Memoria para optar al Título de Ingeniero Comercial, denominada "COMPORTAMIENTO ÉTICO DESDE LA ÓPTICA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS FARMACIAS UBICADAS EN LA CIUDAD DE CHILLÁN", de la alumna Srta. Verónica Paz Martínez Jara.

Teniendo en cuenta las exigencias de la Carrera de Ingeniería Comercial y en especial las referidas a la actividad de titulación, la comisión de examinación califica el presente informe con 6,5 puntos (escala de 1 a 7).

Atentamente,


Omar Acuña Moraga
Profesor Guía


Pedro Saverino González
Profesor Informante


Omar Acuña M.
Director de Escuela

CC. - Director de Escuela Ingeniería Comercial
- Alumnos(as)
- Archivo



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social
de las Farmacias en Chillán

Tabla de contenido

Antecedentes generales de la Investigación	4
1. Formulación General del Proyecto	5
2. Justificación	6
3. Objetivos generales y específicos.....	7
4. Discusión bibliográfica	7
Capítulo I: Marco teórico	10
1. Responsabilidad Social	11
2. Antecedentes históricos de la RSE	11
3. Teorías de RSE	16
4. Niveles de Responsabilidad Social Empresarial.....	16
5. Dimensiones de la RSE.....	17
6. Stakeholders.....	21
7. Áreas de la RSE según AcciónRSE.....	22
7.1. Ética Empresarial.....	23
7.2. Medio Ambiente	23
7.3. Calidad de Vida Laboral	24
7.4. Compromiso con la Comunidad	24
7.5. Marketing Responsable.....	25
8. Normas y certificaciones de RSE	25
9. Organismos que promueven la RSE	28
10. Instrumentos de medición de RSE.....	33
11. Área temática de Ética Empresarial de la RSE.....	39
11.1.1. Desarrollo de los principios éticos	39
11.1.2. Difusión de los principios éticos en la empresa.....	39
11.1.3. Prácticas de los principios éticos con la competencia.....	40
11.1.4. Prácticas de los principios éticos con los proveedores.....	40
11.1.5. Prácticas de principios éticos con personal subcontratado	40
11.1.6. Prácticas principios éticos con el Gobierno	40
Capítulo II: Descripción del Sector Industrial Farmacéutico	41
1. Sector Industrial de las Farmacias en Chile.....	42



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social
de las Farmacias en Chillán

2.	Sector Industrial de las Farmacias en la Provincia de Ñuble.....	46
3.	Sector Industrial de las Farmacias en Chillán.....	47
Capítulo III: Metodología de Trabajo.....		51
1.	Universo de estudio	52
2.	Sujeto de estudio.....	52
3.	Análisis comparativo de Instrumentos de RSE existentes.....	53
4.	Propuesta de Instrumento de ética empresarial.....	55
5.	Validación del instrumento.....	58
Capítulo IV: Resultados		59
1.-	Descripción de resultados.....	60
2.-	Análisis de resultados.....	62
Capítulo VI: Propuesta de mejora		83
1.-	Generales por Área de la Ética	84
2.-	Específicas por Sub Área de la Ética.....	84
Conclusiones.....		88
Bibliografía.....		92
Anexos.....		99



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social
de las Farmacias en Chillán

Antecedentes generales de la Investigación



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

1. Formulación General del Proyecto

Para el correcto desarrollo de la investigación es fundamental establecer la metodología y las herramientas a utilizar para recopilar los datos y la información necesaria para un eficiente desarrollo del tema establecido, para ello, se recurrirá a fuentes de información tanto primarias como secundarias que contribuyan a la investigación.

La investigación se realizará en las farmacias ubicadas en la ciudad de Chillán, Región del Bío Bío. Dentro de las limitaciones del estudio se encuentra, la disponibilidad de las sucursales farmacéuticas para participar en la investigación, por lo que si bien se pretende evaluar el 100% de las sucursales, es una variable incontrolable para el estudio. Para la recolección de información se utilizará fuentes de información primaria, ya que se aplicará el instrumento a los trabajadores de las farmacias divididos en dos estamentos, el primero pertenece al jefe de oficina y el segundo a dos vendedores, estos deben tener como mínimo un año trabajando en la farmacia en cuestión ya que es necesario que conozca el funcionamiento de la unidad, esto con el fin de contrastar información y obtener una visión más objetiva del comportamiento ético de la empresa, el género del encuestado es irrelevante para la investigación, por lo tanto no es un factor que se tomara en cuenta.

El instrumento que se utilizará para realizar el estudio, se elaborará a partir de los lineamientos del comportamiento ético bajo la óptica de la RSE. Se utilizarán como referente los instrumentos de autodiagnóstico publicados por reconocidos organismos como; Acción RSE, GRI, Chihuahuense, ETHOS, entre otros.

En cuanto a las fuentes de información secundarias se utilizarán para desarrollar el marco teórico y la base de investigación sobre la dimensión ética empresarial desde la RSE.

Toda la información extraída de los datos recopilados mediante los diversos métodos, ayudarán a realizar un análisis del comportamiento ético en las farmacias de la ciudad de Chillán.



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

2. Justificación

El sector industrial Farmacéutico es un sector concentrado, liderado por tres grandes cadenas FASA, Cruz Verde y Salcobrand, empresas que abarcan el 90% del mercado. Este sector es un oligopolio debido a que el número de vendedores es muy reducido de manera que controlan y acaparan las ventas de medicamentos tal como si fuera un monopolio. Es importante mencionar que la elasticidad de precios de los medicamentos es inelástica, por lo que la demanda de productos no se ve afectada significativamente con el alza de sus precios.

Estas tres grandes cadenas farmacéuticas se vieron involucradas en la colusión de precios de aproximadamente 220 medicamentos, esto ocurrió entre diciembre de 2007 y abril de 2008. La implementación de estas alzas, derivó en el aumento en el precio de los fármacos que superaron incluso el 100%. Situación que los llevo a un escándalo producto que esta decisión afectó a uno de sus principales stakeholders, los consumidores, además de infringir la ley ya que no cumplieron con la ley de la libre competencia.

La responsabilidad social empresarial es una cultura basada en principios éticos que abarca las dimensiones internas y externas de la organización. Hoy en día el objetivo de la organización no es solamente generar utilidades, también es importante generar un impacto positivo en la sociedad y en sus distintos grupos de interés. La sociedad es cada vez más exigente y empoderada por lo tanto ejerce mayor presión a las empresas para que éstas actúen de forma ética y responsable.

AcciónRSE ha definido cinco áreas temáticas de trabajo, que integran las distintas aristas de la sustentabilidad y simplifican la aplicación de las buenas prácticas por parte de las compañías, estas son Ética Empresarial, Medio Ambiente, Calidad de Vida Laboral, Compromiso con la Comunidad y Marketing Responsable. De estas dimensiones el estudio se centrará en Ética empresarial, dimensión que se refiere al cómo una compañía adopta y aplica valores como criterios de dirección y gestión del negocio, integrándolos en los procesos de toma de decisión a todo nivel. Además la ética empresarial implica comportarse de acuerdo a los estándares legales y adherirse a las regulaciones internas.

De acuerdo a lo mencionado anteriormente la memoria de título se centra en evaluar el comportamiento ético desde la perspectiva de la responsabilidad social en las Farmacias de la ciudad de Chillán.



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

3. Objetivos generales y específicos.

Objetivo General

- Evaluar el comportamiento ético desde la óptica de la responsabilidad social, en las farmacias ubicadas en la ciudad de Chillán.

Objetivos específicos

- Identificar prácticas éticas en las farmacias de la ciudad de Chillán.
- Describir prácticas éticas en las farmacias de la ciudad de Chillán.
- Diagnosticar el comportamiento ético en las farmacias objeto de estudio.
- Proponer mejoras al comportamiento ético de las farmacias de Chillán.

4. Discusión bibliográfica

Ruiz, J., Silva, N., y Vanga, M. Proponen en un artículo científico una visión integral del comportamiento de las variables ética empresarial y desempeño laboral en organizaciones de alta tecnología. El propósito de la investigación es establecer una relación de la ética empresarial con el desempeño laboral, el estudio da como resultado una relación positiva débil, lo que significa que la empresa aunque mejore el cumplimiento de los códigos éticos estos no necesariamente se verá reflejado en el desempeño laboral.

Pérez, L., Garzón, A., y Ibarra Mares, A. publican un estudio con el objetivo de diagnosticar la necesidad de un código de ética empresarial y sensibilizar a los empresarios de las Pymes acerca de la importancia que tiene el integrar en el modelo económico empresarial al medio ambiente y al desarrollo social en los procesos de negocios además de proporcionar herramientas necesarias para que se implemente este enfoque sostenible en las pequeñas y medianas empresa de América Latina. Los resultados muestran la urgencia e importancia de implementar el Código de Ética Empresarial para ser más transparentes entre los socios y el desarrollar programas de RSE lo más pronto posible para poder contribuir con la sociedad y el medio ambiente desde la unidad de todas las empresas afiliadas a la asociación.



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

Domènec., M. analiza las presentaciones que las cinco mayores empresas farmacéuticas del mundo (Pfizer, GlaxoSmithKline o GSK, Sanofi-Aventis, Novartis y Lilly) realizan en su web corporativa y en el último informe de ciudadanía corporativa que han publicado, correspondiente a 2004. El objetivo perseguido es conocer, a grandes trazos, cuál es la imagen en responsabilidad social que esas empresas presentan de sí mismas y esta se contrastara con las opiniones de los críticos de la industria farmacéutica.

Zarco., V. y Rodríguez., A. Exponen la importancia de considerar a las organizaciones actuales como entes sociales responsables, como instituciones generadoras y transmisoras de nuevos valores éticos, no solo aplicándolos en la misma organización, sino que también en el marco social donde se encuentran insertas. No obstante, aún hay visiones de que las organizaciones se han venido concibiendo como unidades de negocio creadas exclusivamente para obtener beneficios. Por lo que en este trabajo se adopta una perspectiva finalista de que las organizaciones no solo deben existir para obtener beneficios sino que también deben ser entidades creadoras de nuevos valores y de bienestar psicológico, social y económico. Desde esta nueva visión, cambia radicalmente el modo en que las organizaciones deberán asumir su responsabilidad social y la manera en que éstas se tienen que comportar desde un punto de vista ético.

Fernández., A. y Martín dan a conocer que hoy en día las organizaciones empresariales parecen estar asumiendo una actitud cada vez más interesada en la ética así como en el tema de la responsabilidad social. Las organizaciones, hacen vida y se desarrollan, no constituyen elementos aislados del resto de la sociedad, por lo que el impacto que tiene su actuación en los grupos de interés viene dado por la naturaleza ética de su gestión empresarial. En este sentido, al desarrollar estrategias que aseguren el éxito de las organizaciones en cuanto a rentabilidad, calidad en los procesos, competitividad, además de otros parámetros propios de la gerencia moderna, es importante que las empresas también cuenten con políticas formales así como programas explícitos de gestión ética orientados a incorporar la dimensión moral en el trabajo diario y crear mecanismos para monitorear los resultados de las prácticas empresariales de manera frecuente.



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

Olmedo., I. Martínez., I. Arcas., N. y Marin., establecen una relación entre la ética, responsabilidad social y la reputación de las cooperativas. Esta investigación confirma los beneficios que trae a las cooperativas la aplicación de prácticas relacionadas con ética y RSE, y que estos suponen un elemento de diferenciación y de ventaja competitiva que no solo traen beneficios económicos sino que además proporciona un equilibrio con el entorno.



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social
de las Farmacias en Chillán

Capítulo I: Marco teórico



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

1. Responsabilidad Social

No existe una fecha clara en que comienza la responsabilidad social empresarial (RSE), sin embargo uno de los primeros indicios de responsabilidad social se generan de forma Implícita y más bien altruista en el siglo XIX, donde se impulsaba la caridad de las personas con más recursos, y se proponía a los individuos como entes aislados del mundo empresarial, según esta teoría la responsabilidad social comenzaba una vez terminado el proceso de negocios. La responsabilidad social se hace más masiva y toma mayor importancia en todo tipo de organizaciones a partir del año 2001 donde es publicado el Libro verde por la Unión Europea con el fin de mejorar las políticas públicas e impulsar a las empresas a desarrollar prácticas innovadoras y responsables que incluyan la tres dimensiones fundamentales de la RSE económica, ambiental y social.

La RSE es mucho más que un acto filantrópico por parte de las empresas, es una cultura basada en principios éticos que abarca las dimensiones internas y externas de la organización, que generan un sinfín de beneficios para la empresa, Este concepto se ha instalado en los distintos organismos debido a las presiones de una sociedad cada vez más exigente y consiente del impacto y deterioro medioambiental que provocan las actividades empresariales, por los mismo surge una serie de normativas internacionales que buscan regular el funcionamiento responsable de la empresa.

2. Antecedentes históricos de la RSE

➤ Andrew Carnegie propone en el años 1889 dos principios, que bajo la mirada de responsabilidad social se enfocan principalmente en la distribución de los recursos y no en la responsabilidad que debe tener la empresa durante el desarrollo del negocio, según estos principios la responsabilidad social comienza una vez terminado el proceso de negocio.

- **Principio de Caridad:** Este propone que las personas con más fortuna deben compartir sus recursos con aquellos que no tienen acceso a una mejor situación.
- **Principio de custodia:** Los recursos que poseen las personas con mayor fortuna son propiedad de la sociedad.



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

A mediados del siglo XX la comunidad tuvo consciencia de la capacidad del sector privado para influir y mejorar los problemas sociales, reconociendo a si mismo los daños que ocasionaba a su entorno. Esto generó una presión para que el gobierno interviniese imponiendo normas con el fin de la protección del interés público y los recursos naturales.

➤ En 1945 creación de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) que se define como una asociación de gobierno global que facilita la cooperación en asuntos como el Derecho internacional, la paz y seguridad internacional, el desarrollo económico y social, los asuntos humanitarios y los derechos humanos.

➤ En 1948 la ONU realiza la declaración Universal de los Derechos Humanos. Estos derechos son inherentes a todos los seres humanos, sin distinción alguna de nacionalidad, lugar de residencia, sexo, origen nacional o étnico, color, religión, lengua, o cualquier otra condición. Todos tienen los mismos derechos humanos, sin discriminación alguna. Estos derechos son interrelacionados, interdependientes e indivisibles.

➤ En 1960 Frederick propone que la responsabilidad social significa que los empresarios deben supervisar el funcionamiento del sistema económico para que satisfaga las expectativas del público. Esto se debe generar de tal forma que la producción y distribución mejoren el bienestar social. Responsabilidad social implica una posición de ver los recursos económicos para fines sociales amplios y no solos para los intereses estrechamente circunscritos para las empresas privadas.

➤ En 1970 Friedman propone la teoría donde hace la separación entre la empresa y los individuos que la componen como un ente asilado de la sociedad. La empresa es la encargada de generar las riquezas para sus accionistas y los individuos de realizar actos socialmente responsables de forma particular.

➤ Sullivan en 1977 propone siete principios reconocidos por representar uno de los esfuerzos más eficaces para acabar con la discriminación racial en los lugares de trabajo, además proponen un marco de desarrollo que permita que las empresas y organizaciones



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

de todo tamaño y en todos los sectores persigan sus objetivos empresariales al mismo tiempo que estén conscientes y sean respetuosas de las oportunidades económicas, sociales y justicia política, derechos humanos y equidad racial y de género.

1. Crear las alternativas
2. Concentrarse en las diferencias
3. El punto de vista debe de ser consistente.
4. Usar una unidad de medida común.
5. Tomar en cuenta todos los valores relevantes
6. Hacer explícita la incertidumbre.
7. Revisar las decisiones.

➤ En el año 1979 Carroll propone cuatro responsabilidades fundamentales que debe cumplir la empresa acercándose más al concepto de responsabilidad social que conocemos hoy en día , estas son;

- **Responsabilidad económica:** la empresa debe ser rentable y entregar productos de calidad a los clientes.
- **Responsabilidad legal:** la empresa debe cumplir con el marco legal.
- **Responsabilidad ética:** La empresa debe realizar todo su proceso de negocio de forma correcta y justa.
- **Responsabilidad filantrópica:** la empresa debe contribuir de forma voluntaria a la sociedad.

➤ En 1980 Jones, T. plantea que la RSE es una forma de autocontrol que envuelve elementos de limitaciones normativas, incentivos altruistas y el imperativo moral de las empresas.

➤ En 1983 Freeman hace alusión a los grupos de interés, donde expone que la empresa no solo debe atender las necesidades de sus accionistas sino de todos los grupos o individuos que se ven afectados por las actividades de la empresa.



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

➤ Murray, K y Montanari, J., proponen en 1986 la responsabilidad social asociada a una visión de marketing, que relaciona principalmente los actos de la empresa con el fin de mejorar la imagen y reputación de la organización. Por lo que el desarrollo de actividades de responsabilidad social solo se justifica en la medida que genera un efecto positivo en la empresa.

➤ En 1987 Epstein explica que las compañías que entienden cómo funciona la RSE son las que incluyen los siguientes procesos en la organización:

- **Innovación.** En el contexto de la RSE, la innovación supone un importante beneficio para la compañía y la sociedad.
- **Ahorro.** Una de las mejores maneras de empezar a aplicar la sostenibilidad es utilizarla para rebajar costes: menos agua o menos energía implicarán un rápido ahorro.
- **Diferenciación de marca.** La diferenciación de marca era una de las principales razones por las que las compañías adoptaban la RSE.
- **Planificación a largo plazo.** La RSE es un esfuerzo por los intereses de la compañía a largo plazo, así como para asegurar que su futuro será sostenible. Supone pasar de pensar en los resultados financieros del próximo trimestre a pensar en el impacto de dentro de diez años.
- **Compromiso del consumidor.** Es fundamental que las acciones de RSE se conozcan por parte de consumidor y este logre identificarse con la empresa y reconocer que esta no solo opera con fines económicos sino que también con el fin de retribuir de alguna manera el impacto que provoca en la sociedad y medio ambiente.
- **Compromiso de los empleados.** De igual manera que las acciones de RSE deben conocerse públicamente, los empleados también tienen que ser conscientes.

➤ En el año 2001 Lantos, estudia cuatro focos de compromiso de recursos humanos en responsabilidad social;

- **Visión de generación de ganancias como fin único:** se enfoca en generar el máximo de utilidades cumpliendo las leyes vigentes.
- **Visión de generación de ganancias de ámbito limitado:** además de cumplir con las leyes la empresa debe respetar las leyes tácitas dadas por el entorno.



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

- **Visión de bienestar social:** la empresa es consciente del daño que produce a la sociedad, encargada de gestionar las externalidades negativas.
- **Visión de la empresa al servicio de la comunidad:** visión altruista, la empresa utiliza sus recursos con el fin de generar bienestar en la sociedad.

➤ La unión Europea busca potenciar la responsabilidad social de las empresas con los grupos que interactúa a nivel internacional, para esto publica el Libro Verde de la RSE en el año 2001.

➤ En el año 2002 Wood, D. y Lodgson, J., estos autores plantean un cambio en la mirada de la RS hacia una de *ciudadano corporativo*, con esta teoría los autores pretenden analizar dos componentes, para esto establecen una clasificación con dos enfoques:

Nivel de análisis: este enfoque corresponde a tener una mirada local o global a la hora de establecer la relación de los ciudadanos con el entorno en el que se desenvuelven. Esto quiere decir que podemos observar al ciudadano desde una perspectiva localista, donde se analiza un ambiente acotado versus una mirada global, que observa al ciudadano desde un enfoque universal.

Unidad de análisis: Se clasifica al ciudadano como una persona individual, un ciudadano corporativo. Esto básicamente quiere decir que las empresas pasan a ser un ciudadano más, con Similares derechos y deberes que las personas.

➤ En el año 2009 La International Standardization Organization (ISO), que es la entidad internacional encargada de favorecer normas de fabricación, comercio y comunicación en todo el mundo. Crea las normas ISO, que son normas genéricas, no específicas que permiten ser usadas en cualquier actividad ya sea industrial o de servicios. La importancia de la aplicación de las normas para el desarrollo e implementación de sistemas es que son normas prácticas. Por su sencillez han permitido su aplicación generalizada sobre todo en pequeñas y medianas empresas. Además brindan el marco para documentar en forma



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

efectiva los distintos elementos de un sistema de calidad y mantener la eficiencia del mismo dentro de la organización.

3. Teorías de RSE

A través del tiempo han surgido distintas teorías sobre la RSE, éstas en su mayoría ligadas al rol que se le asigna a la empresa en la sociedad. Cancino y Morales en 2008 agrupan los distintos conceptos de responsabilidad en 4 teorías; Teorías sobre Ética y Moral en Los Negocios, Teorías Integradoras, Teorías de Carácter Político y Teorías Instrumentales:

3.1. Teorías sobre ética y moral en los negocios: Este enfoque está basado en estudiar las responsabilidades de la empresa con la sociedad. El desarrollo de estas teorías es el más reciente dentro de la concepción de la RSE y sitúa a la empresa como un actor protagonista del desarrollo sostenible y promotor del bienestar común.

3.2. Teorías Integradoras: Comprende la capacidad de la empresa para dar respuesta a las demandas sociales de los distintos stakeholders. Además de ser responsable en las distintas áreas; económicas, legales, éticas y discrecionales.

3.3. Teorías de Carácter Político: Hace referencia al poder que tiene la empresa en la sociedad y a un ejercicio responsable de dicho poder.

3.4. Teorías Instrumentales: Esta teoría agrupo a aquellos autores que entienden la empresa como un instrumento para la creación de utilidades, por lo tanto se entienden las actividades sociales que las empresas realizan como fin para alcanzar resultados económicos.



4. Niveles de Responsabilidad Social Empresarial.

La Responsabilidad Social Empresarial se manifiesta en diferentes ámbitos, la cual puede verse reflejada en acciones públicas o privadas de cada individuo, el desarrollo de las familias y grupos sociales, en el Estado y en sus políticas públicas. Por tanto la empresa ve manifestada su responsabilidad de acuerdo a los alcances



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

que tenga en el escenario en que se desarrolla, Cadbury divide en tres niveles la responsabilidad de las empresas.

4.1. Nivel primario

Esta responsabilidad proviene del simple hecho de la existencia de la empresa en la sociedad y el cumplimiento de normativas y acciones que aseguren el bienestar de ésta. De esta manera, las empresas se encargan de las consecuencias de sus acciones en su entorno, medioambiente y en las personas, haciéndose cargo y asumiendo responsabilidades en los efectos que causen con el desarrollo de sus operaciones.

4.2. Nivel Secundario

Este nivel hace referencia a la incidencia de la actividad específica en los grupos sociales con los que interactúa. Esto quiere decir que las responsabilidades parten por las empresas y la relación que sostienen con todos aquellos que se ven involucrados en sus acciones y actividades en forma directa. Por lo que frente a ésta responsabilidad la empresa deberá acceder y estar dispuesta a dar cuenta de sus acciones a su entorno, como es su comunidad interna, proveedores y accionistas.

4.3. Nivel Terciario

Este nivel contempla aquellas actividades que contribuyan a mejorar el entorno mediante acciones no incluidas en la actividad específica. Este tipo de responsabilidad consiste en la conciencia por parte de la empresa de mejorar o conservar el medio en que se encuentra, esto porque al mantener el bienestar de éste se está contribuyendo también a la continuidad de su desarrollo, por lo que esta responsabilidad se enfoca a alcanzar y mantener el desarrollo sostenible de la empresa.

5. Dimensiones de la RSE

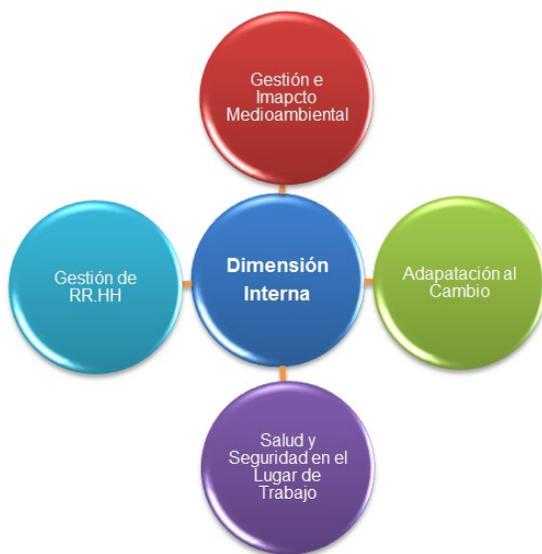
Los objetivos de las empresas hoy en día son más bien desarrollar un comportamiento social y ecológico tanto interno como externo que le permita obtener una ganancia mutua tanto a las empresas como a la sociedad, por esto la empresa tiene diversas responsabilidades que cumplir con sus grupos de interés.



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

En el libro verde de la RSE publicado por la UE en 2001 se establecen dos dimensiones una interna y la otra externa.

5.1 Dimensión interna



La responsabilidad tiene que ver con el ser humano y cómo los actos realizados de forma libre afectan a otros, de esta dimensión desglosamos las responsabilidades de la organización desde un enfoque interno que propone variables en su medida controlables por la empresa correspondientes a las relaciones laborales y a las prácticas gerenciales. Esta dimensión abarca cuatro variables;

5.1.1. Gestión e impacto medioambiental y de los recursos:

La gestión ambiental tiene el objetivo de minimizar los impactos negativos de la empresa en el medio ambiente y potenciar los positivos, Integrar la gestión ambiental tiene beneficios tales como reducir costos, obtener un ingreso a través del reciclaje materias primas que pueden ser utilizados por otras empresas lo que también le permite participar en la cadena de valor de otras entidades, etc. Acciones que se convierten en ventajas competitivas que le permiten mejorar su reputación.

Existen certificaciones validadas por organismos acreditados, ISO 14001, ISO 19000 que están dirigidas a estimular el rendimiento ecológico.

5.1.2. Adaptación al cambio

La reestructuración en las empresas es cada vez más frecuente debido a la inestabilidad empresarial, al surgimiento de nuevos competidores entre otras causales, pero es fundamental que la empresa reestructure de forma responsable socialmente, lo que implica equilibrar y tener en cuenta los intereses, y preocupaciones de todos los afectados



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

por los cambios y las decisiones, para de esta forma lograr los objetivos sin dañar la motivación, la lealtad, la creatividad, y la productividad de trabajadores, por esto se debe evaluar y así identificar los riesgos más importantes, calculando los costos directos e indirectos de las estrategias así como medidas alternativas, y evaluando todas las opciones que permitirían reducir los despidos necesarios.

5.1.3. Salud y seguridad en el lugar de trabajo

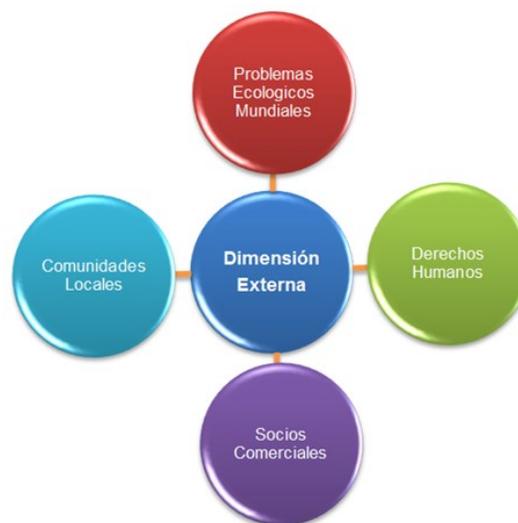
Es fundamental la aplicación de medidas y el desarrollo de actividades necesarias para la prevención de riesgos derivados del trabajo. Para esto es fundamental que se construya un medio ambiente de trabajo adecuado, con condiciones de trabajo justas, donde los trabajadores y trabajadoras puedan desarrollar una actividad con dignidad y donde sea posible su participación para la mejora de las condiciones de salud y seguridad.

5.1.4. Gestión de Recursos Humanos

Las personas están en constante relación con el ambiente que les rodea, y además funcionan en base a motivaciones y objetivos, su comportamiento es causal de estímulos internos y externos, por lo tanto es fundamental que la organización tome las medidas pertinentes para armonizar los intereses de sus trabajadores y establecer objetivos en común. La empresa cumple con las obligaciones legales hacia sus trabajadores y además favorece el desarrollo profesional y personal de estos, además de generar igualdad de condiciones de trabajo, la empresa no debe realizar prácticas discriminatorias.

5.2. Dimensión externa

Esta dimensión hace referencia al entorno físico local y a los interlocutores pertenecientes a la cadena de valor tales como consumidores y proveedores.



5.2.1. Problemas ecológicos mundiales

A nivel mundial existe una serie de problemas



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

ambientales que son generados por el estilo de vida de los seres humanos, el agotamiento de los recursos renovables y no renovables, deforestación, degradación del suelo, escasez de agua, entre otros son causales de el actuar de la sociedad, situación por la que es necesario tomar conciencia y actuar de manera que permita la sostenibilidad de los recursos.

5.2.2. Derechos humanos

Las empresas tienen la responsabilidad de observar, respetar y promover los Derechos Humanos, las compañías deben hacer lo posible por averiguar cómo los Derechos Humanos pueden verse afectados por sus actividades en un país, antes de actuar en él. Los códigos de conducta de la empresa, deben defender los Derechos Humanos de los empleados, proteger los de los miembros de las comunidades en las que operan, e implementar procedimientos y mecanismos de control.

5.2.3. Socios comerciales

Las empresas son al mismo tiempo socios comerciales de otras empresas, ya sea en calidad de clientes, proveedores, subcontratistas o competidores. Las empresas deben ser conscientes de que sus resultados sociales pueden verse afectados por las prácticas de sus socios y proveedores a lo largo de toda la cadena de producción.

5.2.4. Comunidades locales

Las empresas contribuyen al desarrollo de las comunidades donde se insertan, ya que proporcionan puestos de trabajos, pero las empresas también dependen de la salud, la estabilidad y la prosperidad de las comunidades donde operan, por lo tanto es fundamental establecer relaciones positivas con la comunidad local.

Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

6. Stakeholders

La responsabilidad social es inviable sin objetos al cual aplicársela, por esto identificamos



los stakeholders o más conocidos como grupos de interés de la empresa. Los stakeholders es un concepto que aparece en los años ochenta y que es propuesto por R. Edward Freeman y lo definió como *“Todas aquellas personas o entidades que pueden afectar o son afectados por las actividades de una empresa”*. Los stakeholders son considerados como un enfoque integrador que busca crear valor, satisfaciendo las necesidades de

sus accionistas, y en la medida de lo posible las necesidades de todos aquellos que se ven afectados de forma directa o indirecta por las actividades de la empresa. Para identificarlos de mejor forma se dividen en actores internos y externos.

6.1. Stakeholders Internos

Los stakeholders internos son los pertenecientes al microambiente de la organización, por lo tanto tienen relación directa con la empresa y son los principales afectadas por las prácticas de la misma.

- Propietarios: Personas física o jurídica que posee los derechos de propiedad sobre un bien.
- Accionistas: Personas que poseen acciones de una empresa, por este motivo es un socio capitalista que se involucra en la gestión de la empresa.
- Empleados: Son el capital humano el que hace efectivo el buen funcionamiento de una empresa, por lo tanto es fundamental ofrecerle las mejores condiciones de trabajo, ya que así logramos un personal motivado que trabaja de forma eficiente y eficaz lo que se convierte en beneficios para la organización.



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

6.2. Stakeholders Externos

Los stakeholders externos no están relacionados directamente con la empresa, sin embargo también se ven afectados por las decisiones de la organización.

- Proveedores: Persona o empresa que abastece con existencias necesarios para el desarrollo de una actividad servicio.
- Comunidades: Conjunto de personas que viven juntas bajo ciertas reglas o que poseen los mismos intereses.
- Activistas y ONG'S: Entidades autónomas, sin injerencia estatal o gubernamental en sus decisiones, aunque sus trabajos siempre se desarrollen en campos donde el Estado tiene responsabilidades.
- Competidores: Empresa que desarrolla la misma actividad y comparte el mismo mercado.
- Consumidores: Persona física o jurídica que adquiere un bien o servicio para su propio consumo y que tiene derecho a elegir el proveedor.

7. Áreas de la RSE según AcciónRSE

La RSE es un concepto demasiado amplio, por lo que llevarla a la práctica es difícil, es por esto que la mejor manera de abordar esta problemática es ver el impacto que provocan



las empresas con sus acciones tanto a nivel interno como externo en distintas áreas. El conocer el impacto de la empresa en los distintos niveles, le permite a la empresa controlarlos de cierta forma y así obtener beneficios como el incremento de la productividad, reducir los costos operativos, mejorar la habilidad para retener y atraer trabajadores cualificados,



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

fortalecer la confianza y lealtad de sus trabajadores y fortalecer la reputación de la empresa. AcciónRSE divide en cinco áreas la RSE, estos son:

7.1. Ética Empresarial

La ética empresarial se refiere a cómo una compañía integra el conjunto de valores en sus propias políticas, prácticas y en la toma de decisión en todos los niveles de la empresa. Además, la ética empresarial implica comportarse de acuerdo a los estándares legales, además de dar cumplimiento a las leyes y regulaciones internas.

Desarrollar programas efectivos de ética tiene beneficios para la organización, tales como, beneficia las ventas, la imagen y la reputación, fortalece la lealtad y el compromiso de los trabajadores.

La ética empresarial ha comenzado a ser una variable que aumenta los atractivos de una empresa en el mercado. Aplicar políticas, prácticas y decisiones que apunten a aplicar los valores éticos, trae innumerables beneficios.

7.2. Medio Ambiente

En los últimos años, la responsabilidad por el medio ambiente se ha expandido de tal manera que ya no es suficiente cumplir con todas las regulaciones gubernamentales existentes o llevar a cabo iniciativas de reciclaje y manejo eficiente de energía, llevar a cabo prácticas como la eliminación o disminución de los desechos y emisiones y todas aquellas prácticas que ponen riesgo los recursos planetarios para las futuras generaciones.

Es importante destacar las ventajas competitivas provenientes de las iniciativas medio ambientales ya que la responsabilidad por el medio ambiente se ha transformado en un valor agregado para los negocios en todos los niveles de las operaciones.

Es vital que las compañías hoy definan sus responsabilidades medio ambientales como un involucramiento desde una aproximación comprensiva de las operaciones de la compañía, sus productos y facilidades lo cual incluye la valoración de los productos, los procesos y servicios

La responsabilidad por el medio ambiente se ha transformado en un valor agregado para los negocios en todos los niveles de las operaciones. Y la necesidad de contar con un entorno limpio, se transformó en beneficio tangible. Los resultados que trae este tipo de desempeños se pueden clasificar en tres aspectos: financiero, productivo y corporativo.



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

7.3. Calidad de Vida Laboral

La calidad de vida laboral se refiere a las políticas de recursos humanos que afectan directamente a los empleados, tales como compensaciones y beneficios, carrera administrativa, diversidad, balance, trabajo, tiempo libre, horarios flexibles de trabajo, salud y bienestar, seguridad laboral, cuidado a sus dependientes y beneficios domésticos.

Es importante que las empresas innoven constantemente en las políticas de calidad de vida en la empresa y sus prácticas para hacerse cargo de las necesidades de todos los empleados y alinearlos a los objetivos de la empresa. Paralelo a las políticas específicas para el mejoramiento de la calidad de vida laboral se desarrollan otros aspectos como la cultura de la corporación, valores y diseño de la organización.

7.4. Compromiso con la Comunidad

Esta área hace referencia a las acciones tomadas por la empresa para contribuir a mejorar la calidad de vida de las comunidades en las que opera, apoyando iniciativas o causas sociales. La empresa a través de estas acciones programadas busca maximizar el impacto de sus contribuciones en habilidades, recursos, tiempo, productos, servicios, administración de conocimiento y otros que dirige hacia las comunidades en las cuales ellas operan.

Las compañías hace muchos años que se vienen involucrando con sus comunidades locales, con el ánimo de ser un buen ciudadano corporativo. Una de las principales razones es que los Stakeholders están llevando a las empresas hacia mayores estándares de ciudadanía y demandando que su red de impacto en la sociedad sea positiva. Adicionalmente, los esfuerzos de las empresas están siendo motivadas por los beneficios económicos que conlleva el involucramiento con la comunidad.

Un creciente número de empresas en Chile y el mundo han experimentado los beneficios de implementar políticas y prácticas socialmente responsables. Sus experiencias han sido corroboradas por estudios empíricos que demuestran el positivo impacto de estas acciones en el desempeño y valoración de la empresa.

Las acciones de involucramiento con la comunidad generan beneficios directos a la empresa: fortalecimiento de la imagen pública ante los consumidores, accionistas, inversionistas, medios de comunicación y otros agentes importantes para la empresa;



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

aumento de la motivación y compromiso de los empleados de propia empresa; aumento del atractivo de la empresa para atraer y retener a los mejores empleados; fortalecimiento de su posición frente a la comunidad, entre otros.

7.5. Marketing Responsable

El marketing responsable cruza un amplio rango de actividades empresariales que definen las relaciones de la compañía con sus consumidores. Y al mismo tiempo que los empresarios deben satisfacer primero los criterios claves de los consumidores, tales como precio, calidad, apariencia, sabor, disponibilidad, seguridad y conveniencia, existen otros factores del mercado que están tomando gran importancia. La globalización del comercio y de la competencia ha puesto el mayor valor de las empresas y de las marcas no sólo como un asunto de confianza sino también relacionado con el sentido de lealtad y compromiso de los consumidores.

8. Normas y certificaciones de RSE

Una empresa es socialmente responsable cuando cumple con ciertos estándares e indicadores que avalen lo indicado, es por esto que es necesario que los principios de RSE sean traducidos en variables medibles para posteriormente pasar por un proceso de auditoría y se pueda concluir si una empresa es o no socialmente responsable.

El proceso que permite determinar si una empresa es socialmente responsable (la auditoría social) pasa por dos fases: normalización y certificación.

La normalización consiste en la elaboración, difusión y aplicación de normas por las que se establecen unos principios que aseguren la RSE. Mientras que la certificación es el proceso, y resultado, por el que una agencia independiente garantiza que la empresa está sujeta a la norma o al estándar.

Las certificaciones se pueden entender como una necesidad de las empresas de comunicar los efectos sociales y medioambientales de su actividad económica a determinados grupos de interés en la sociedad y a la sociedad en su conjunto.

8.1. ISO 26000

Es una Norma de la Organización Internacional de Normalización, que proporciona orientación sobre los principios y materias fundamentales de responsabilidad social que



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

ayudan a integrar un comportamiento socialmente responsable en cualquier organización del sector privado, público, universidades y ONGs, cualquiera sea su tamaño. Considera los impactos económicos, sociales y ambientales asociados al desarrollo de las actividades de las organizaciones.

La Norma promueve un entendimiento común entre el gobierno y las organizaciones en el ámbito de la responsabilidad social, y tiene por objeto ayudar a éstas últimas a contribuir con el desarrollo sostenible, más allá de un mero cumplimiento de la ley. La Norma busca guiar a todo tipo de organización para que opere de una manera socialmente responsable, proporcionando directrices para que la organización implemente en su operación y dentro de su esfera de influencia, manteniendo un diálogo con sus grupos de interés. El valor agregado de la Norma radica en que integra la experiencia internacional en responsabilidad social.

La Norma contiene directrices voluntarias. A diferencia de otras normas elaboradas por ISO, ésta no opera como norma de gestión por lo que no pretende servir para propósitos de certificación, o uso regulatorio o contractual.

8.2. ISO 14000

La ISO 14000 es una serie de normas internacionales para la gestión medioambiental, incluye más de 350 estándares para controlar aspectos tales como la calidad del aire, el agua o el suelo, la forma que se cuente con datos científicamente válidos para conocer las consecuencias del comportamiento de la empresa sobre el medio ambiente.

Es la primera serie de normas que permite a las organizaciones de todo el mundo realizar esfuerzos medioambientales y medir la actuación de acuerdo con unos criterios aceptados internacionalmente. La ISO 14001 es la primera de la serie 14000 y especifica los requisitos que debe cumplir un sistema de gestión medioambiental. La ISO 14001 es una norma voluntaria y fue desarrollada por la International Organization for Standardization (ISO) en Ginebra. La ISO 14001 está dirigida a ser aplicable a organizaciones de todo tipo y dimensiones y albergar diversas condiciones geográficas, culturales y sociales. El objetivo general tanto de la ISO 14001 como de las demás normas de la serie 14000 es



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

apoyar a la protección medioambiental y la prevención de la contaminación en armonía con las necesidades socioeconómicas.

8.3. ISO 14063

La nueva norma ISO 14063 desarrolla una guía estándar sobre principios básicos para la realización de reportes medioambientales. De esta forma se facilita la visión y la explicación de las actuaciones ambientales llevadas a cabo por la empresa en relación con sus productos, actividades o servicios. Cada vez es mayor la importancia de la política medioambiental dentro de las organizaciones, independientemente de su tamaño. La causa de esta situación radica en el creciente interés de la sociedad por conocer las actuaciones ambientales de las empresas e instituciones. Esta norma sirve de guía para la comunicación, tanto interna como externa, que afecte a los principios generales, política, estrategia, y actividades relacionadas con la política medioambiental que le interesa transmitir a la empresa. La ISO 14063 no sólo se aplica a todos los tipos de empresa con independencia de su actividad, estructura o localización, sino que no requiere la implantación previa del sistema de gestión ambiental ISO 14001.

8.4. SA 8000

Es un estándar de monitoreo y verificación voluntaria creado para fijar las condiciones laborales en las operaciones globales de manufactura. Sus principales objetivos son evitar la mano de obra infantil y el trabajo forzado, mantener condiciones laborales seguras con una jornada máxima y un salario mínimo, asegurar el derecho de asociación y sindicación y la no discriminación. El SA 8000 fue emitido después de que los procesos de auditoría de calidad y medioambiente fueron desarrollados por la organización Internacional de Estándares ISO en sus ISO 9000 e ISO 14000. Los requerimientos de este estándar son aplicables a cualquier industria, independiente de su ubicación geográfica, sector o tamaño.



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

8.5. AA1000

Estándar emitido en noviembre de 1999 por el “Institute for Social and Ethical Accountability” bajo el nombre de AccountAbility. Su misión es mejorar e incrementar la contabilidad social y ética, así como también la realización de auditorías y reportes relacionados a este aspecto dentro de las empresas. El AA 1000 describe un conjunto de procesos que una organización puede seguir para contabilizar, administrar y comunicar su desenvolvimiento social y ético. Además de fomentar un alto nivel de transparencia e imparcialidad y promover un marco de confianza dentro del cual se podrán tomar los primeros pasos para dialogar con los stakeholders.

9. Organismos que promueven la RSE

A nivel mundial existe una serie de organismos que se dedican a promover la RSE en las empresas, cada una de ellas tiene distintos enfoques, pero el objetivo es el mismo crear conciencia de la importancia de actuar evitando los impactos negativos en la sociedad como en cada una de las áreas de las RSE.

9.1. Organismos que promueven la RSE en el mundo

9.1.1 Fundación Lealtad

La Fundación Lealtad es una institución sin ánimo de lucro pionera en España, que fue constituida en 2001. Su misión es fomentar la confianza de la sociedad española en las ONG para lograr un incremento de las donaciones, así como de cualquier otro tipo de colaboración con las ONG.

La Fundación ofrece a particulares y empresas información independiente, objetiva y homogénea sobre las ONG para ayudarles a decidir con qué ONG colaborar y orientarles para hacer un seguimiento de sus donaciones. Esta información se basa en los análisis de transparencia y buenas prácticas que la Fundación realiza a aquellas ONG que voluntariamente lo solicitan.



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

9.1.2. The Corporate Citizenship Company

Es una consultora global de negocios especializada en sostenibilidad y responsabilidad corporativa, trabajan con clientes corporativos de todo el mundo para lograr sus compromisos de conductas empresariales responsables y prácticas sostenibles.

Ciudadanía Corporativa fue fundada en 1997, actualmente operan a través de oficinas en Londres, Nueva York, San Francisco, Santiago y Singapur.

Asesoran una serie de áreas, incluyendo la estrategia, la comunidad, el compromiso, el medio ambiente, la cadena de suministro, los impactos socio-económicos, la presentación de informes y la garantía. Trabajan con empresas de todo el mundo y de una amplia gama de sectores e industrias, ayudan a todos sus clientes a construir marcas confiables y prosperar en un mundo cada vez más competitivo.

9.1.3. Caux Round Table

La Mesa Redonda de Caux (CRT) Principios para la Empresa Responsable establece normas éticas de comportamiento negocios aceptable.

El enfoque de la Caux Round Table de negocio responsable consiste en siete principios básicos. Los principios reconocen que, si bien las leyes y las fuerzas del mercado son necesarias, son guías suficientes para una conducta empresarial responsable.

Los principios se basan en tres fundamentos éticos de negocio responsable y de una sociedad justa y que funcione de manera más general, a saber: una administración responsable; viviendo y trabajando para beneficio mutuo; y el respeto y protección de la dignidad humana.

Los principios también tienen una base de gestión de riesgos - porque la ética es una buena gestión de riesgos -. Y se equilibran los intereses de las empresas con las aspiraciones de la sociedad para garantizar la prosperidad sostenible y mutua para todos.

Los siete principios básicos son:

1. Respetar a todas las partes interesadas, no solo a los accionistas
2. Contribuir al desarrollo económico, social y del medio ambiente
3. Construir confianza con las partes interesadas, más allá del cumplimiento de las leyes.
4. Reglas y convenciones. Respeto por la comunidad donde se encuentra la empresa.



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

5. Apoyo a la globalización responsable.
6. Respeto por el medio ambiente
7. Evitar actividades ilícitas.

9.1.4. Fundación Entorno

La Fundación Entorno trabaja desde 1995 para hacer compatible el desarrollo económico con la protección del medio ambiente. A lo largo de estos años su principal objetivo ha sido servir de ayuda a las empresas que quieren afianzar su compromiso con el medioambiente a través de la innovación y la exploración de nuevas líneas de trabajo.

9.1.5. Fundación Ecología y Desarrollo

La Fundación Ecología y Desarrollo está formada por un grupo de profesionales que desean contribuir a construir un desarrollo sostenible mediante la generación de alternativas ecológicamente sostenibles, socialmente justas y económicamente viables. Elabora informes y publicaciones, organiza cursos y foros de debate y gestiona proyectos demostrativos en las siguientes áreas de trabajo: Cooperación Internacional, Economía y Responsabilidad Social, Eficiencia del Agua, Eficiencia Energética y Residuos.

9.2. Organismos que promueven la RSE en Chile

Una empresa puede tener las intenciones de iniciar un proyecto de Responsabilidad Social Empresarial, pero las intenciones no son suficientes. Es necesario cumplir con ciertos estándares de calidad y profesionalismo para que un programa sea exitoso. Y para esto hay diversas organizaciones sin fines de lucro que promueven la RSE en Chile. Dentro de los organismos más destacados tenemos:

9.2.1. AcciónRSE

AcciónRSE es una organización sin fines de lucro independiente, que tiene como objetivo sensibilizar, movilizar y apoyar a las empresas a gestionar sus negocios de forma socialmente responsable para un desarrollo sustentable. Actualmente tienen más de 100 empresas asociadas, a las que apoya en la implementación de la RSE.



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

Para esto, la organización entrega a las firmas asociadas herramientas, conocimientos, acceso a redes, servicios, participación en proyectos y mesas de trabajo, entre otros beneficios, para que de acuerdo a su propio negocio desarrollen una estrategia de sustentabilidad. Además, Acción RSE genera oportunidades para que los altos ejecutivos de las empresas intercambien experiencias con sus pares y otros representantes de compañías de diversos sectores y tamaños.

En la organización comentan que las empresas socias acceden a una amplia oferta de valor, a una permanente difusión y a un potente gobierno corporativo que le da legitimidad y sustentabilidad al trabajo de la organización.

9.2.2. VINCULAR

Centro Vincular de Responsabilidad Social y Desarrollo Sostenible, se constituye en el año 2001 en la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, convirtiéndose en el primer centro universitario chileno especializado en el desarrollo e implementación de instrumentos de gestión de Responsabilidad Social, dedicado a la investigación aplicada, consultoría y transferencia tecnológica, formación de competencias y gestión de políticas públicas para promover la sostenibilidad.

Es un referente latinoamericano por su experiencia en integración de Responsabilidad Social en la gestión de numerosas empresas, grandes y Pymes, así como en organizaciones, gremios empresariales e instituciones de gobierno.

Participa activamente en los procesos de normalización de la Responsabilidad Social a nivel internacional, destacando su participación en el desarrollo de la Norma ISO 26000 de Responsabilidad Social y en diversos grupos de trabajo convocados por Global Reporting Initiative (GRI).

Dentro de los objetivos estratégicos de este organismo están los siguientes:

- Promover la RS como herramienta para mejorar la competitividad de las empresas.
- Desarrollar conocimiento de frontera en materia de RS en el contexto de país en desarrollo.
- Facilitar el diálogo sistemático con los stakeholders o partes interesadas



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

- Contribuir a la transparencia y a la rendición de cuentas, facilitando el proceso de reportar.
- Transferir competencias al interior de las empresas, para implementar sus estrategias de RS.
- Colaborar en el diseño e implementación de políticas públicas que faciliten la adopción de RS.
- Participar del desarrollo global de la RS, involucrándose activamente en procesos internacionales liderados por APEC, GRI, ISO y Naciones Unidas, entre otros.

9.2.3. Fundación Prohumana

Fundación Prohumana tiene como misión construir una cultura de Responsabilidad Social Empresarial y Ciudadana en Chile, promoviendo una actitud proactiva en las personas, instituciones y empresas.

Para esto ofrece diversos servicios a empresas, como por ejemplo, diagnóstico de RSE, desarrollo de programas de RSE, asesorías en procesos de certificación de RSE, desarrollo de reportes de RSE, diseño de mecanismos de diálogo y retroalimentación con los stakeholders, capacitaciones, entre otros.

9.2.4. Fundación Casa de la Paz

Ésta fundación tiene como misión promover el desarrollo sostenible. Sus principales áreas de trabajo son: Gestión Ambiental Participativa y Convivencia Sustentable. La primera, busca promover cambios en la cultura ambiental de la comunidad con acciones concretas orientadas al mejoramiento del entorno (programas de reciclaje, eficiencia energética, negocios inclusivos, etc.) La segunda, está enfocada en el desarrollo de políticas, planes y programas de relacionamiento entre empresas y comunidades, entre otras, a fin de instalar hábitos sostenibles en las comunidades.

Han desarrollado programas con empresas como D&S, BCI, Aguas Andinas, Chilectra y Coca-Cola, entre otras. Además con las compañías han trabajado temas de RSE, Medio Ambiente y el compromiso con la comunidad, como voluntariado corporativo, reporte y evaluación.



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

9.2.5. SOFOFA Responsabilidad Social (SRS)

SRS es un área de trabajo que promueve y difunde buenas prácticas empresariales, en un marco ético y de estímulo a las iniciativas voluntarias que se relacionan con el bienestar de la comunidad.

De este modo, impulsa y organiza actividades orientadas a incentivar el compromiso de sus empresas asociadas con sus trabajadores, en áreas como vivienda, educación, salud y deportes.

SOFOFA Responsabilidad Social basa su accionar en los siguientes principios:

- 1.- La primera responsabilidad de la empresa es ser eficiente y rentable para poder cumplir con su rol natural y contribuir al crecimiento del país.
- 2.- Entiende la RSE como un pilar del desarrollo sustentable, que articula el progreso económico, social y el cuidado del medio ambiente.
- 3.- Impulsará en las empresas el desarrollo de un marco ético que colabore con el establecimiento de un ambiente que propicie el debido cumplimiento de las normas jurídicas y la cooperación y entendimiento entre los accionistas, socios, trabajadores, clientes y proveedores de las empresas.
- 4.- Desea estimular el desarrollo de la RSE para fortalecer la proyección de la empresa ante la sociedad y mejorar el bienestar de los chilenos.
- 5.- Considera relevante fomentar la incorporación de la RSE en las prácticas internas y externas de la empresa, entendiéndola como un factor de competitividad, sustentabilidad y posicionamiento en el mercado y la sociedad.
- 6.- Promoverá y realizará iniciativas en diversas áreas sociales para contribuir efectivamente a elevar la calidad de vida de los trabajadores de las empresas y sus familias.

10. Instrumentos de medición de RSE

Los distintos organismos que existen a nivel mundial, se han encargado de difundir distintos instrumentos que permiten medir el nivel de responsabilidad que está teniendo la empresa, esto a través de distintas áreas temáticas definidas como importantes y fundamentales por los mismos organismos que las publican.



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

10.1. Acción RSE

Acción RSE es un instrumento de autodiagnóstico creado por Acción RSE, este consta de una escala tipo Likert. Este instrumento permite evaluar el comportamiento en RSE de una empresa, a través de 227 preguntas, divididas en cinco áreas temáticas además estas cuentan con sub áreas que abordan temas más específicos. Para evaluar el desempeño de la empresa, se calcula el promedio de cada área temática y a través de éste se conoce el nivel de responsabilidad que aplica la empresa en las distintas áreas. Las cinco áreas temáticas son:

10.1.1. Ética empresarial

La encuesta cuenta con 47 preguntas en esta áreas, que abordan temas relacionados a las decisiones que toma la empresa en referencia al conjunto de valores dentro de toda la organización, valores que deben ser respetados y que son la base para resolver conflictos en los que se pueden ver afectados los stakeholders de la organización, la manera óptima de declararlos es a través de la Misión, Visión y Ética Empresarial.

10.1.2. Calidad de vida laboral.

Esta área cuenta con 63 preguntas que se relacionan directamente con las políticas de recursos humanos que utiliza la empresa. Dentro de la RSE, estas políticas laborales van más allá de lo estipulado por la Ley. Entonces se deben contemplar ciertas temáticas tales como; horarios flexibles, cuidado de los empleados, valorización y respeto a la diversidad, sindicatos, etc.

10.1.3. Medio Ambiente.

Esta área cuenta con 28 preguntas, las que están enfocadas al impacto medioambiental que genera la empresa y al compromiso que esta tiene con la prevención de la contaminación en la medida de lo posible, evalúa si la empresa controla y trata los residuos en el ciclo productivo.

10.1.4. Compromiso con la Comunidad.

Esta área cuenta con 50 preguntas que aborda temas relacionados con la postura que emplea la empresa hacia la comunidad, a través de acciones que pretenden mejorar la calidad de vida de la comunidad en que opera la empresa, tales como; mecanismos de apoyo a proyectos sociales, liderazgo e influencia social.



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

10.1.5. Marketing Responsable.

Esta área cuenta con 39 preguntas, enfocadas en las relaciones de la empresa y sus consumidores. Evalúa si la empresa cuenta con políticas de marketing y comunicación, técnicas de venta éticas y respeto de la privacidad del consumidor.

10.2. Chihuahuence

Chihuahuence es un instrumento mexicano creado por FEACH. Este instrumento es de autodiagnóstico, en el que los miembros de la empresa identifican los principales elementos de la institución y califican el estado de desarrollo en el que se encuentra.

El instrumento cuenta con una escala tipo LIKERT y se divide en cuatro áreas temáticas:

10.2.1. Calidad de vida en la empresa

La empresa debe actuar éticamente y procurar el bienestar de las personas que la integran, creando un ambiente de trabajo favorable, seguro, no discriminatorio, cooperando con el desarrollo personal y profesional a través de bases justas de integridad y respeto y que contribuyan a una mejor calidad de vida.

10.2.2. Compromiso con la Comunidad

Una empresa socialmente responsable se empeña en su entorno inmediato y el de la comunidad con los que se relaciona, esto a través del aporte y/o inversiones en beneficio de la comunidad, realizar actividades sociales y comunitarias además de promover el trabajo voluntario de sus trabajadores en pos del bienestar de la comunidad.

10.2.3. Cuidado y preservación del Medio Ambiente

La empresa se compromete con el cuidado del Medio Ambiente, cumple con las obligaciones medioambientales, tiene políticas y participa en campañas de prevención, conservación y/o regeneración del medio ambiente.

10.2.4. Competitividad y relación con sus Stakeholders

La empresa cumple las obligaciones con las autoridades, accionistas, satisface las necesidades de sus clientes, además de mantener una relación sana y de libre competencia con sus competidores.



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

10.3. Ethos

Instrumento Ethos fue desarrollado por el instituto Ethos con el objetivo de proveer a las compañías la posibilidad de un autodiagnóstico más preciso y profundizado. Este instrumento cuenta con indicadores específicos que abarcan dilemas de cada sector empresarial y permiten a la compañía evaluar las oportunidades y desafíos del sector en el que actúa la empresa. Este instrumento cuenta con 40 indicadores agrupados en siete áreas, estas son:

10.3.1. Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo

En esta área se contempla la responsabilidad que asume la empresa respecto a la adopción y alcance de valores y principios éticos. Se evalúa si la compañía expone sus compromisos éticos a los interesados, el código de conducta, la declaración de valores de la organización, si estos cubren temas como el cumplimiento de la normativa legal. Además de las relaciones con la competencia, balance social y el dialogo con sus stakeholders.

10.3.2. Publico Interno

Esta área hace referencia a la participación de los empleados, las relaciones con sindicatos, una gestión participativa que involucre a sus empleados y les dé la oportunidad de desarrollarse tanto profesional como personalmente. Además, evalúa el compromiso de la empresa con el desarrollo infantil en el país y el compromiso con los derechos de los niños, la valorización de la diversidad combatiendo toda forma de discriminación negativa, la equidad racial, de género. También son importantes las políticas de remuneraciones, prestaciones y carrera de la compañía, la seguridad y condiciones de trabajo.

10.3.3. Medio Ambiente

Esta área hace énfasis en el compromiso con la mejoría de la calidad medioambiental, que la empresa trate con la debida relevancia y responsabilidad de los impactos medioambientales resultantes de sus actividades, la sustentabilidad de la economía forestal y protección de la biodiversidad. La empresa debe cumplir con los parámetros exigidos por la ley nacional y desarrollar programas internos de mejora para, además educar a sus empleados sobre la temática medioambiental.



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

10.3.4. Proveedores

Este indicador evalúa si la empresa adopta políticas de selección de los proveedores basándose en factores de calidad, precio, plazo y además que contemplen criterios y exigencias relativas al cumplimiento de la legislación laboral, seguridad social y fiscal. Los proveedores cuentan con políticas y criterios de responsabilidad social y protección de los derechos humanos, como la prohibición del trabajo infantil. La empresa debe apoyar el desarrollo de sus proveedores.

10.3.5. Consumidores y Clientes

Consideran la influencia de las políticas comerciales en la creación de imagen de credibilidad y confianza de las empresas, es fundamental que estas actúen de acuerdo a la legislación de defensa del consumidor, que conste con políticas formales de comunicación alineada con los principios y valores de la entidad. La empresa tiene compromisos con la calidad de los servicios de atención a los clientes, el servicio es receptivo, de fácil acceso y resuelve de forma rápida e individual las demandas de los consumidores. Además, la empresa debe realizar estudios e investigaciones técnicas de los daños potenciales que provocan sus productos y/o servicios hacia sus clientes.

10.3.6. Comunidad

Las empresas generan un impacto en la vida de la comunidad, por esto este ítem evalúa si la empresa consta con medidas reparatoras a reclamos y manifestaciones de la comunidad, participa en la elaboración e implantación de proyectos en conjunto con entidades locales, la empresa se involucra en acciones sociales en pos del bienestar de la comunidad.

10.3.7. Gobierno y Sociedad

Este ítem evalúa si la empresa genera financiamiento a partidos políticos y/o candidatos a cargos públicos, cuando financia se fundamenta en criterios definidos internamente y lo realiza de forma transparente permitiendo el acceso de las partes interesadas a las informaciones. Además, la empresa desarrolla actividades cuyo foco se centra en la educación de la ciudadanía bordando derechos y deberes.



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

10.5 Indicadores GRI

GRI es un estándar internacional para uso voluntario por parte de las organizaciones, se basa fundamentalmente en la implementación del triple; económico, social y medioambiental. Su misión es mejorar la calidad, rigor y utilidad de los reportes de sustentabilidad para que alcancen un nivel equivalente al de los reportes financieros.

Los indicadores son:

10.5.1. Económico: este indicador se basa principalmente en los impactos económicos que genera la empresa, el desempeño económico que posee, su presencia en el mercado y sus prácticas de adquisición.

10.5.2. Social: Este indicador el que posee más ítems enfocados directamente a la relación con las personas, comunidad y gobierno. Hace referencia a las prácticas laborales y trabajo digno dentro de la compañía, la salud y seguridad dentro del lugar de trabajo, igualdad de oportunidades, respetar los derechos humanos evitando la explotación infantil, trabajos forzosos. Además hace énfasis en la sociedad y el cumplimiento normativo y políticas públicas.

10.5.3. Medioambiental: dentro de este indicador se encuentran diversos ítems que abordan principalmente el compromiso medio ambiental y de sustentabilidad de la empresa.

Además, los informes elaborados en base al GRI sostienen 4 principios:

- **Materialidad:** La información contenida en la memoria deberá cubrir aquellos aspectos que reflejen impactos significativos, sociales, ambientales y económicos de la organización o que podrían ejercer una influencia sustancial en los grupos de interés.
- **Participación de los grupos de interés:** La organización debe identificar a sus grupos de interés y describir en la memoria cómo ha dado respuesta a sus expectativas e intereses razonables.
- **Contexto de sostenibilidad:** Forma en la que la organización contribuye a la mejora o al deterioro de las tendencias, avances y condiciones económicas, ambientales y sociales a nivel local, regional o global.
- **Exhaustividad:** La cobertura de los indicadores y la definición de la cobertura deben ser suficientes para reflejar los impactos sociales, económicos y ambientales



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

significativos y para permitir que los grupos de interés puedan evaluar el desempeño de la organización durante el periodo que cubre la memoria.

11. Área temática de Ética Empresarial de la RSE

Ética empresarial se refiere al conjunto de principios y normas bajo las cuales se rigen las actividades que desempeña una empresa. La ética empresarial es considerada como un activo intangible que producirá beneficios económicos y sociales en el futuro y por largo plazo para todos los que participan tanto internamente como externamente en la empresa.

11.1. Sub áreas temáticas de la ética empresarial

Acción RSE hace una subdivisión de las áreas temáticas, de las cuales se desglosan:

11.1.1. Desarrollo de los principios éticos

Es importante que dentro de la organización se encuentren definidos los principios éticos por escrito, y que este sea desarrollado considerando el bienestar del personal, socios y de la comunidad. Además estos deben explicitar los principios y valores de la empresa y promover y defender la competencia leal. Es importante que los principios y valores sean revisados de forma periódica, para verificar su cumplimiento y mejorarlos. La empresa define un compromiso de transparencia y veracidad de la información ofrecida a los colaboradores, además de prohibir prácticas corruptas para la obtención de ventajas comerciales.

11.1.2. Difusión de los principios éticos en la empresa

La empresa debe transmitir sus principios éticos esporádicamente tanto internamente a los miembros de la empresa, como externamente a los grupos de interés que no forman parte directa de la empresa, sociedad en general, proveedores, etc. Además debe educar u orientar al personal en pos del cumplimiento de los principios éticos y difundir a los colaboradores externos. Es necesario incorporar a ejecutivos y empleados dentro de la supervisión del cumplimiento de los principios éticos establecidos por la empresa. Pero además los principios éticos deben ser transmitidos con la propia actividad empresarial, que por cierto deben ser consecuentes con los principios estipulados por la empresa.



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

11.1.3. Prácticas de los principios éticos con la competencia

Una empresa responsable socialmente y con principios éticos establecidos respeta la legislación. El desarrollo y el crecimiento económico requieren de la competencia en los mercados para que así se produzcan cada vez más tipos de bienes a menor costo, por esto es fundamental que las empresas respeten la libre competencia y no incurran en prácticas tales como la colusión, prácticas que no favorecen la competencia leal.

11.1.4. Prácticas de los principios éticos con los proveedores

La empresa posee normas de uso interno que exija a sus proveedores el cumplimiento de la legislación previsional y laboral, que prohíba el trabajo infantil y cualquier situación que incurra en la violación de los Derechos Humanos. Además utiliza criterios de negociación que permiten el crecimiento futuro de sus proveedores incluyendo dentro de estos a grupos comunitarios, permitiéndoles desarrollarse dentro del mercado.

11.1.5. Prácticas de principios éticos con personal subcontratado

La empresa debe cumplir con las obligaciones legales que garanticen el correcto funcionamiento al interior de la entidad, ofreciéndoles servicios básicos además la empresa debe exigir a sus subcontratistas el cumplimiento de la legislación laboral, el personal subcontratado también debe ser integrado en programas de capacitación y desarrollo profesional.

11.1.6. Prácticas principios éticos con el Gobierno

La empresa debe poseer un procedimiento formal de control, sanción y auditoría de prácticas corruptas. No debe incurrir en prácticas que beneficien a funcionarios públicos y en el caso de ofertas deshonestas recibidas se debe informar de forma inmediata a las autoridades. Si la empresa genera financiamiento debe ser de forma transparente y debe estar la información disponible para todas las partes interesada.



Capítulo II: Descripción del Sector Industrial Farmacéutico



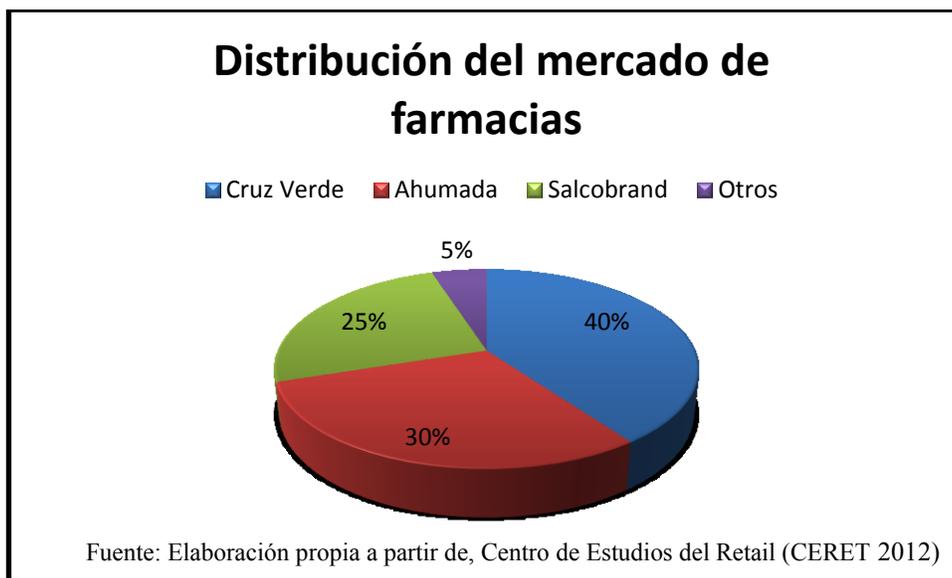
Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

1. Sector Industrial de las Farmacias en Chile

Primero que todo se definirá el sector farmacéutico, para así tener una mayor claridad y comprender de mejor manera el funcionamiento de éste. La industria farmacéutica es un sector empresarial dedicado a la fabricación, preparación y comercialización de productos químicos medicinales para el tratamiento y también la prevención de las enfermedades. Por otra parte se tiene que la industria farmacéutica es un subsector de la industria química, en el que interactúan laboratorios, farmacias, establecimientos asistenciales, compañías de seguros, profesionales de la salud, autoridades sanitarias y pacientes.

El sector industrial farmacéutico en Chile, es un sector altamente concentrado, liderado por tres grandes cadenas FASA, Cruz Verde y Salcobrand, farmacias que junto a las del Dr. Simi abarcan cerca del 90% del mercado nacional, mientras que las farmacias independientes, abarcan el porcentaje restante que corresponde a cerca del 10%.

En cuanto a la participación de mercado de cada una de las farmacias correspondiente a cadenas, tenemos que Cruz Verde es la farmacia que lidera el mercado chileno con una participación que alcanza el 40%, mientras que Farmacias Ahumada y Salcobrand un 30% y 25% respectivamente.





Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

A lo largo del país existen 2.955 farmacias, de las cuales 1.437 se encuentran en la Región Metropolitana, por lo tanto los establecimientos restantes se encuentran distribuidos en el resto del país.

Además existen 15 farmacias de urgencia, es decir que atienden las 24 horas, de las cuales, 12 se encuentran en la región Metropolitana, 2 en la región de Valparaíso, y 1 en la región de Magallanes.

En el cuadro que se presenta a continuación, se muestra el número de farmacias por región:

Región	Número de Farmacias
Arica y Parinacota	29
Tarapacá	51
Antofagasta	88
Atacama	48
Coquimbo	103
Valparaíso	303
Metropolitana	1.437
O'Higgins	134
Maule	187
Biobío	273
Araucanía	108
Los Ríos	45
Los Lagos	108
Aysén	10
Magallanes	21
Total Nacional	2.955

Fuente: Elaboración propia a partir de, Ministerio de Salud (2014)



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

1.1. Clasificación del tipo de farmacia

Dentro del sector farmacéutico se encuentra una serie de empresas que se clasifican de la siguiente forma:

1.1.1 Farmacias Cerradas: Las Farmacias cerradas son las que cuentan con una actividad intensa puesto que se encuentran insertas en los centros de salud pública entregando medicamentos de recetas entregadas dentro de la misma institución, el objetivo de estas farmacias es satisfacer adecuadamente las necesidades de los usuarios, brindar una atención de salud eficaz y satisfactoria para cada uno de ellos.

1.1.2. Farmacias abiertas: Las farmacias abiertas son las que venden medicamentos para el consumo humano a todo tipo de público, por lo general están ubicadas en sectores céntricos. Este tipo de farmacias se subdividen en dos grupos:

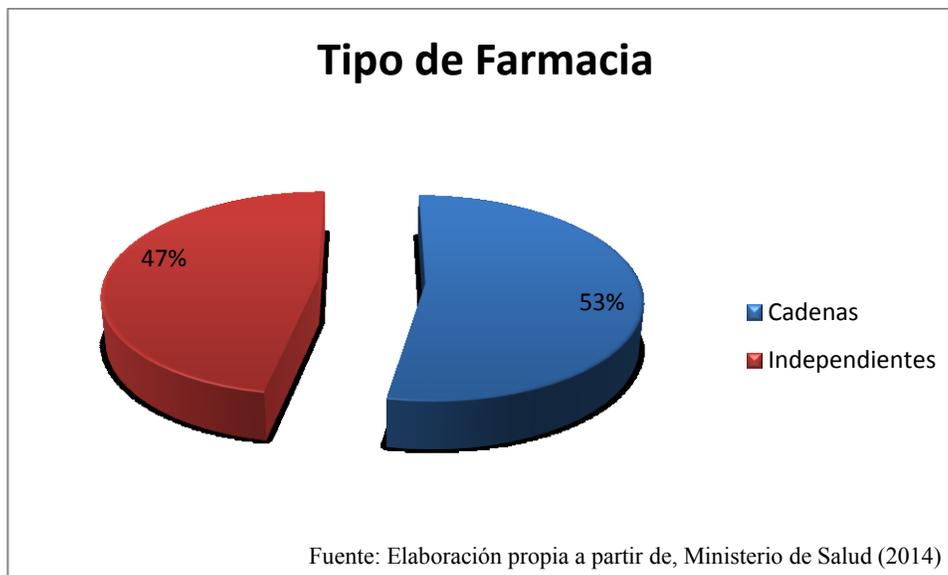
1.1.2.1. Farmacias de cadena: Las farmacias de cadena son las más influyentes en el mercado farmacéutico, ya que cuentan con una gran variedad de productos, acaparan la mayor cuota de mercado y por lo tanto poseen mayores ingresos.

Se clasifican las farmacias en dos tipos de establecimientos, el primero corresponde a las farmacias de cadenas y el segundo a las farmacias independientes. Las farmacias de cadena son las más influyentes en el mercado farmacéutico, cuentan con una gran variedad de productos y altos ingresos por la venta de éstos. Mientras que las farmacias independientes son las que entregan medicamentos en cada una de sus localidades donde tienen presencia.

1.1.2.2. Farmacias independientes: Las farmacias independientes son aquellas que son más pequeñas y están establecidas en lugares determinados.

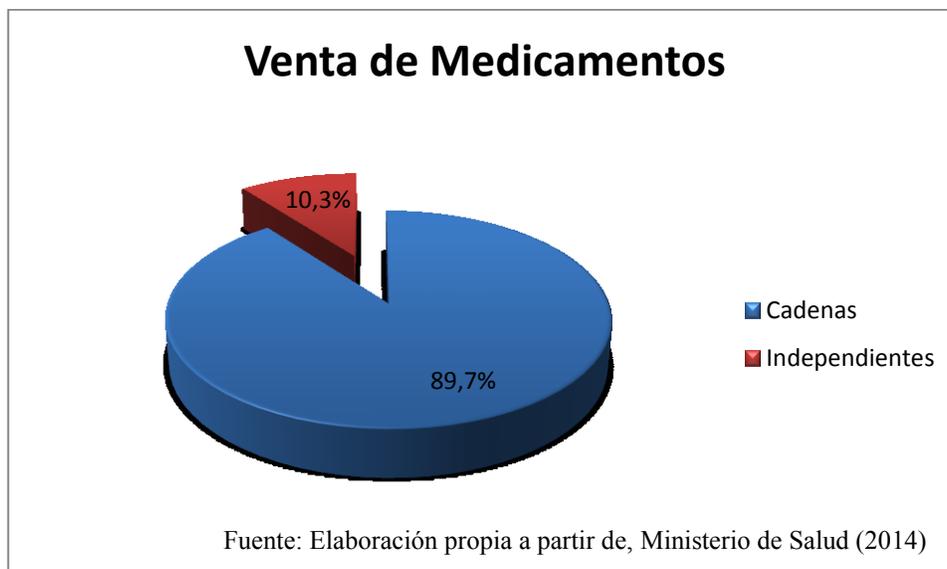


Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social
de las Farmacias en Chillán



Como se muestra en el gráfico anterior, se puede decir que a nivel nacional en cuanto a tipo de establecimiento el 53% de las farmacias, corresponden a cadena, las cuales son cuatro: Ahumada (FASA), Cruz Verde, Salcobrand y Dr. Simi. El 47% restante de las farmacias corresponden a farmacias Independientes.

Por lo tanto se puede decir que pese a que el sector farmacéutico este liderado por las tres grandes cadenas, existe una gran cantidad de farmacias independientes a nivel nacional.





Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

En cuanto a las ventas de medicamentos por tipo de farmacia, como se aprecia del cuadro anterior, el 89,7% de las ventas de medicamentos las reúnen las farmacias de cadena, Ahumada, Cruz Verde y Salcobrand. Por otro lado solo el 10,3% de las ventas corresponden a las farmacias Independientes.

2. Sector Industrial de las Farmacias en la Provincia de Ñuble

La Provincia de Ñuble es la segunda más grande de la Región del Biobío en cuanto a superficie y población. Administrativamente está constituida por 21 comunas: Chillán Viejo, Bulnes, Ninhue, Niquén, Quillón, Pinto, Coelemu, Ránquil, San Ignacio, San Nicolás, El Carmen, San Carlos, Trehuaco, San Fabián, Quirihue, Cobquecura, Coihueco, Pemuco, Portezuelo, Yungay y Chillán su Capital Administrativa.

A continuación se muestra la distribución de farmacias instaladas (cadenas e independientes), farmacias móviles y almacenes farmacéuticos en las 21 comunas de la provincia de Ñuble:

Comuna	Nº de Farmacias instaladas	Nº de Farmacias Móviles	Almacenes Farmacéuticos
1. Chillán	20		
2. Chillán Viejo	1		
3. Bulnes	2		
4. Ninhue		1	
5. Ñiquén			
6. Quillón	3		
7. Pinto	1		
8. Coelemu	3		
9. Ránquil		1	
10. San Ignacio		1	
11. San Nicolás		1	
12. El Carmen		1	2
13. San Carlos	6		



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

14. Trehuaco			
15. San Fabián			
16. Quirihue	2		
17. Cobquecura			
18. Coihueco	2		
19. Pemuco		1	
20. Portezuelo		1	
21. Yungay	3		
Total	43	7	2
Provincial			
<i>Fuente: Elaboración propia a partir de, Ministerio de Salud (2014)</i>			

En la provincia de Ñuble hay un total de 43 farmacias entre cadenas e independientes, destacándose la comuna de Chillán que cuenta con 20 farmacias ubicadas en diferentes puntos de la comuna principalmente en el sector céntrico de la ciudad, por muy detrás le sigue la comuna de San Carlos con 6 farmacias, luego está Quillón, Coelemu y Yungay que cuentan con 3 farmacias cada una.

En el caso de las comunas de Ninhue, Ránquil, San Ignacio, San Nicolás, El Carmen, Pemuco y Portezuelo no existen farmacias establecidas, es por esto que posee farmacias móviles, las cuales están ubicadas en lugares y horarios autorizados expresamente por la autoridad sanitaria, facilitando de esta manera el acceso de la población a los medicamentos.

Por otra parte, las comunas de Ñiquén, Trehuaco, San Fabián y Cobquecura no cuentan con ningún punto de venta de medicamentos autorizado.

3. Sector Industrial de las Farmacias en Chillán

Las farmacias son establecimientos privados sujetos a regulación estatal para su apertura, traspaso y funcionamiento. Deben cumplir una serie de requisitos de infraestructura y funcionalidad. Dada la libertad de localización, los locales se han concentrado fundamentalmente en la zona céntrica de la ciudad.



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

En la ciudad de Chillán la participación de las farmacias es dominada por las 3 principales cadenas del país, Ahumada, Cruz Verde y Salcobrand, pero también existen farmacias independientes con una menor participación de mercado en la ciudad, estas son El León, que cuenta con tres sucursales y Santos que cuenta con dos sucursales.

Para el desarrollo de la investigación se analizan las farmacias ubicadas en la ciudad de Chillán, tanto las correspondientes a cadenas como las independientes, en donde hay un total de 20 farmacias. En el siguiente cuadro se expone un detalle de la cantidad de farmacias existentes:

Farmacia	Nº de Sucursales
Ahumada	4 sucursales
Cruz Verde	6 sucursales
Salcobrand	3 sucursales
El León	3 sucursales
Santos	2 sucursales
Dr. Simi	1 sucursal
Red Farma	1 sucursal
Total	20 sucursales

Fuente: Elaboración propia a partir de, Ministerio de salud (2014)

Como muestra el cuadro en chillan se encuentra cinco farmacias de cadena y dos independientes, estas son:

3.1. Farmacias Cruz Verde: Farmacias Cruz Verde es una sociedad anónima cerrada con un 80% de propiedad de Empresas Cruz Verde (Socofar, Solventa y MintLab) y 20 % de empresas Cencosud, es la cadena de farmacias con mayor cobertura geográfica a nivel nacional, funciona básicamente por expansión con un 60% de locales propios y un 40% de locales franquiciados, consta con más de 590 locales (Farmacias Cruz Verde), dos



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

farmacias móviles y más de 5000 trabajadores. Cruz verde es la farmacia que posee la mayor participación de mercado en Chile con un 40%. Posee una tarjeta de crédito propia, además de un acuerdo comercial con la tarjeta de la multitienda París. Cuenta con 6 Locales en Chillán

3.2. Farmacias Ahumada: Es una Sociedad Anónima Abierta controlada principalmente por la Empresa Controladora Casa Saba S.A. de C.V., que posee un 97.8% de la compañía. Empresa líder en Latinoamérica, su participación en el mercado nacional la ubica en el segundo puesto con un 30% de participación de la compañía. Posee 351 locales distribuidos en todo el país. Está dirigida principalmente al segmento socioeconómico ABC1, para esto ha desarrollado un modelo de negocios basado en locales tipo Drugstore.

3.3. Farmacias Salcobrand: Es producto de la fusión de las farmacias Salco y farmacias Brand, es la tercera farmacia en Chile de acuerdo a su participación en el mercado con un 25% del mercado farmacéutico. Es una sociedad anónima cerrada, actualmente 100% propiedad del empresario Juan Yarur y además propietario de laboratorios Medipharm; en la actualidad opera 390 locales distribuidas en todo Chile. Esta farmacia está dirigida a los segmentos socioeconómicos C3 y D. En Chillán cuenta con 3 Locales. Farmacias Salcobrand

3.4. Farmacias Doctor Simi: Es una sociedad anónima de capital mexicano de propiedad del Grupo Por Un País Mejor AC, se concentra principalmente en productos genéricos sin productos complementarios, enfocado al segmento socioeconómico C y D y su principal política de crecimiento es a través de franquicias, actualmente posee más de 200 locales en Chile, abarcando las ciudades más importantes del país. En Chillán cuenta con un local ubicado en el centro de la ciudad.

3.5. Red Farma: Esta empresa nace en Tomé, Chile en el año 2000. Farmacias Redfarma tiene 19 locales, de los cuales 6 son franquicias. Farmacias RedFarma tiene un local en la ciudad de Chillán, ubicado en el centro de la ciudad.



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

3.6. El León: esta farmacia es independiente, tiene 40 años, es propiedad de Eliseo Casanova. Farmacias el León tiene 3 locales en la ciudad de Chillán, todas ubicadas en la zona céntrica de la ciudad.

3.7. Santos: farmacia independiente, tiene 2 locales en la ciudad de Chillán, ubicadas en el centro de la ciudad y en la Av. Argentina.



Capítulo III: Metodología de Trabajo



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

1. Universo de estudio

El sector farmacéutico en Chillán está compuesto por 20 sucursales las cuales pertenecen a siete farmacias, cinco de ellas de cadena, dentro de las cuales destacan las tres cadenas de farmacias que poseen mayor participación en el mercado a nivel nacional.

La norma legal exige que en las farmacias haya químicos farmacéuticos, estos son los que están a cargo de la sucursal, cumplen la labor administrativa y además realizan la atención a clientes que tengan dudas sobre medicamentos. Además para poder trabajar en farmacias es necesario ser auxiliar de farmacias, este curso es requerimiento ya que es necesario que los vendedores posean conocimientos básicos y esenciales relacionados con el uso de medicamentos, la farmacología y las enfermedades.

Las tres principales cadenas poseen un promedio de 10 trabajadores por sucursal, considerando dentro de estos guardias de seguridad, vendedores, asistentes de logística y químicos farmacéuticos, en las farmacias más pequeñas de cadena se encuentran RedFarma y Dr. Simi los que poseen cuatro trabajadores promedio, estos son químicos farmacéuticos y vendedores. Las farmacias independientes son dos, farmacias el León y Santos, estas poseen un promedio de 6 trabajadores en cada sucursal estos son Químicos farmacéuticos y Vendedores

2. Sujeto de estudio

Los trabajadores son parte esencial en la empresa, por esto es de suma importancia la sensación y visión que ellos tiene respecto al comportamiento de la empresa en las distintas áreas, es por esto que la recopilación de datos para esta investigación corresponde a la visión que estos tienen sobre al comportamiento ético de las Farmacias, los cuales deben llevar un mínimo de un año trabajando dentro de la empresa para que tengan los conocimientos suficientes respecto al funcionamiento de la compañía, Chillán es la ciudad de estudio.



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

Con este estudio se busca conocer el comportamiento social de las empresas del sector farmacéutico, ya que este es un servicio fundamental para la subsistencia de las personas, por esto es interesante conocer desde una perspectiva interna la percepción que existe respecto al comportamiento de estas empresas, además de conocer si la compañía integra valores y principios en la toma de decisiones y sumado a esto si la empresa cumple con la normativa legal. El sector farmacéutico es interesante de analizar, puesto que han generado una gran controversia en el último tiempo por los escándalos de colusión en los que se han visto involucradas las tres principales cadenas de farmacias.

El mercado de las farmacias en Chillán se compone de 7 empresas, de estas cinco son de cadena y dos de ellas independientes, el objeto de estudio son todas las sucursales pertenecientes a las distintas farmacias que componen el mercado en Chillán. Debido a que el sector de estudio es pequeño, ya que se compone de 20 sucursales, será a través de un censo la forma de evaluación de las distintas sucursales.

Dentro de las limitaciones del estudio se encuentra la disposición para participar en la investigación de las distintas sucursales por lo tanto, considerando que es una variable incontrolable, se decide realizar el estudio solo con las empresas que si han decidido participar en la investigación.

3. Análisis comparativo de Instrumentos de RSE existentes

Como se expone en el marco teórico, existen diversos instrumentos publicados por organismos que promueven la RSE a nivel mundial, el objetivo de estos instrumentos es medir el compromiso social de las empresas, sin embargo no todos apuntan a las mismas áreas de las RSE por lo tanto, para la posterior elaboración del instrumento es necesario realizar un análisis comparativo de los distintos instrumentos existentes y de esta forma rescatar las áreas temáticas que mejor se adapten al estudio que se realiza.

Se analizan cuatro instrumentos, estos son AcciónRSE, Chihuahuece, Ethos e Indicadores GRI, estos instrumentos abordan los mismos temas pero de distintos enfoques, sin embargo todos hacen referencia a la ética empresarial, medio ambiente,



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

calidad de vida laboral, consumidores y al compromiso social, áreas principales en las que se enfoca la RSE.

El estudio se enfoca en la Ética empresarial, por lo tanto es esta el área en que se enfoca el análisis.

AcciónRSE dentro del área de la ética empresarial hace referencia a temas relacionados a las decisiones que toma la empresa en referencia al conjunto de valores dentro de la organización, estos deben ser respetados por todos lo que componen la compañía, sin embargo también pone énfasis en los principales grupos de interés que forman parte de la organización, en esta área se busca conocer si la empresa desarrolla principios éticos, los difunde de manera adecuada, si respeta la libre competencia y evita favorecer a funcionarios públicos, además de ofrecer las mismas oportunidades tanto a sus trabajadores de planta como al personal subcontratado. Todas las sub áreas que evalúa este instrumento son fundamentales en la aplicación de la ética empresarial.

Chihuahence no hace referencia de forma específica a la ética empresarial, sin embargo lo aborda de cierta forma en las áreas de calidad de vida en la empresa y compromiso con la comunidad, áreas en las que hacer referencia al favorable ambiente de trabajo que debe existir en las compañías ofreciendo las oportunidades necesarias para el desarrollo profesional y personal de sus trabajadores además de procurar el bienestar de la comunidad.

Ethos divide su instrumento en siete áreas temáticas, en la cuales hace referencia a la ética empresarial en la área de valores y transparencia y gobierno corporativo y además en Gobierno y sociedad, ítems en los que se evalúa el comportamiento de la compañía respecto a los comportamientos éticos.

Indicadores GRI más que un instrumento es un guía para la elaboración de reportes de sustentabilidad que se enfoca en tres áreas, estas son económicos, sociales y medioambientales.



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

Considerando las temáticas que aborda cada uno de los instrumentos analizados se utilizan los instrumentos Ethos y AcciónRSE como base para la elaboración del instrumento a utilizar en la investigación, ya que son estos los que se enfocan de una forma más específica y detallada en factores fundamentales de la RSE.

4. Propuesta de Instrumento de ética empresarial

Para cumplir el objetivo de esta investigación se hizo una fusión entre dos instrumentos de RSE, rescatando de cada uno de ellos las partes relacionadas con ética empresarial, el instrumento cuenta con 7 ítems, que van enfocados al comportamiento de la empresa con sus proveedores, trabajadores, gobierno, personal subcontratado, el desarrollo y difusión de los principios éticos.

Este instrumento está basado principalmente en el Instrumento de AcciónRSE, en el área temática de ética empresarial de la RSE, pero además de las sub áreas que posee el instrumento se agrega otra en la que se hace referencia al comportamiento de la empresa hacia sus trabajadores. Este instrumento está elaborado complementando los instrumentos de Ethos y AcciónRSE ya que son estos los que abordan de mejor forma la ética empresarial. Es importante destacar que el instrumento fue elaborado con el fin de ser aplicado en cualquier tipo de empresa.

Con la aplicación de este instrumento se busca realizar un análisis de Compromiso ético por parte de las farmacias hacia sus distintos stakeholders. Para obtener un mayor detalle de los ítem evaluados en el instrumento, ver anexo 1.

La evaluación se realiza a través de una escala tipo Likert donde:

0 = No Aplica, esto quiere decir que ese criterio no corresponde al tipo de compañía o que el entrevistado no posee mayor conocimiento al respecto.

1 = Muy en Desacuerdo, implica que la compañía no realiza la actividad especificada en el ítem.

2 = Leve Desacuerdo, significa que la empresa no aplica de forma satisfactoria la actividad especificada.

3 = Levemente de Acuerdo, expone que la compañía aplica el criterio especificado, sin embargo no de forma eficiente o satisfactoria.

4 = Muy de Acuerdo, el criterio es realizado de forma eficiente por la empresa.



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

El instrumento realizado se divide en 7 áreas temáticas relacionadas directamente con la ética empresarial, estas son;

4.1. Sub área temática de Desarrollo de Principios éticos: los principios éticos son criterios de decisión fundamentales que deben ser considerados en la deliberaciones sobre lo que se debe hacer en cada una de las situaciones a las que se enfrenta la compañía, la empresa es un sistema abierto que está en constante relación con el entorno, es por esto que en esta área temática se busca conocer si la empresa posee principios éticos y si en ellos contempla la relación con sus stakeholders, además de las prácticas de la empresa respecto a la transparencia ofrecida por la entidad ya que con esta se busca corregir las malas prácticas y ofrecer claridad, moral pública y honestidad en la exposición de la información respecto al comportamiento en las distintas áreas de la organización.

4.2. Sub área temática de Difusión de los principios éticos en la empresa: es fundamental que la empresa oriente a sus trabajadores respecto a los principios éticos antes establecidos, para de esta forma alinear los comportamientos éticos entre los trabajadores y la organización y de esta forma actuar responsablemente. En esta área temática se busca evaluar si la empresa expone de forma pública sus compromisos éticos además de orientar y educa al personal, además de supervisar constantemente del cumplimiento de los principios éticos.

4.3. Sub área temática de Práctica de los principios éticos con la competencia: La libre competencia representa la libertad de decisión de las distintas empresas que participan en el mercado, en un contexto en el que las reglas de juego son claras para todos y se cumplen efectivamente. En la actualidad existen prácticas de colusión entre empresas y abusos de posición monopólica, estas prácticas afectan el funcionamiento del mercado y además perjudica directamente al consumidor, por lo que es fundamental que las empresas respeten la libre competencia para que de esta forma se le permite al consumidor final elegir lo que se adapte a sus necesidades, logrando así una mejor relación de calidad-precio en todo los productos, ya que cuando se tiene un mercado competitivo las empresas tienen mayor éxito y ofrecen los bienes y servicios de mejor



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

calidad o a menor precio que sus competidores. Debido a todo lo expuesto es fundamental que las empresas eviten comportamientos como la colusión, es por esto que se busca evaluar a través de afirmaciones el actuar de las empresas respecto a la libre competencia.

4.4. Sub área temática de Práctica de los principios éticos con los proveedores: Un proveedor puede ser una persona o una empresa que abastece a otras empresas con existencias, los cuales serán transformados para venderlos posteriormente o directamente se compran para su venta, considerando esta definición los proveedores son parte fundamental de una organización ya que son estos los que entregan las materias primas para la posterior elaboración de productos, es por esto que es fundamental evaluar la relación que tiene la empresa con ellos, además de evaluar si estos cumplen con las normas legales, sin transgredir la ética.

4.5. Sub área temática de Práctica de los principios éticos con el personal Subcontratado: Personal subcontratado es aquel que no fue directamente contratado por la empresa, sino por una persona o empresa con la que la organización generó un acuerdo para la realización de un producto o servicio. Por lo tanto si bien este no es contratado directamente por la compañía también forma parte de ésta, por lo que la empresa se debe preocupar de su bienestar y ofrecerle las mismas oportunidades de desarrollo y crecimiento que a sus trabajadores de planta. Los ítems que se buscan evaluar en esta área son la integración del personal subcontratado además de cumplir con la norma legal.

4.6. Sub área temática de Práctica de los principios éticos con el gobierno: El gobierno es el encargado de establecer las normas dentro de las cuales se les permite actuar a las empresas, sin embargo en muchas ocasiones son los mismos que componen el gobierno, funcionarios públicos, los que infringen las normas expuestas. La responsabilidad es cuestión de todos los entes que componen el mercado, entendiéndose por esto tanto factores internos como externos en los cuales la organización genera un impacto. Es por esto que la empresa debe evitar acciones que beneficien a funcionarios públicos y toda acción que vaya en contra de la norma legal. Esto es lo que se busca evaluar en este ítem del instrumento elaborado.



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

4.7. Sub área temática de Práctica de los principios éticos con los trabajadores:

Las personas son el principal capital de una empresa, son estos los que permiten la viabilidad de la organización, es por esto que la compañía debe seguir una estrategia de administración participativa en la que asuma compromisos de gestión sensibles hacia la necesidad de sus trabajadores, en la que utilice distintos mecanismos para que se dé la participación de estos en las decisiones de la empresa, además se les permita entregar sugerencias para mejorar su situación laboral. Para que los trabajadores tengan el desempeño óptimo es fundamental que se les entregue las condiciones necesarias para que estos puedan desarrollarse dentro de la organización tanto personal como profesionalmente y de esta forma mantener la motivación de las personas a lo largo del tiempo. En este ítem del instrumento se busca evaluar el desempeño que tiene la empresa respecto a todo lo mencionado anteriormente y además evalúa el comportamiento de la empresa en los procesos de reclutamiento, su actitud frente a la diversidad y la reinserción laboral ya que el objetivo de la empresa debe ser la cualificación para el puesto en cuestión, no las características o inclinaciones de las personas.

5. Validación del instrumento.

El instrumento fue validado con un grupo de expertos, expertos que dieron sugerencias de mejora para que este sea más eficiente al momento de evaluar los criterios de la ética empresarial, abarcando distintas aristas relacionadas con el objetivo del estudio. Sugerencias que fueron tomadas y aplicadas en el instrumento.

Dentro de las sugerencias de los expertos se encuentra el análisis de los instrumentos ETHOS y AcciónRSE, de los ítems que hacen alusión a la ética empresarial y de esta forma tomar los más completos y con estos construir las distintas áreas del instrumento. Además se decide continuar con las áreas que propone el instrumento de AcciónRSE y agregar una nueva dimensión que involucre el comportamiento de la empresa hacia sus trabajadores, ya que estos son el principal capital de las empresas.

Respecto a la escala de evaluación se propone disminuir la escala Likert de 0 a 4, esto con el objetivo de matizar la opinión de los encuestados y de esta forma medir actitudes y conocer el grado de conformidad del encuestado en las afirmaciones propuestas



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social
de las Farmacias en Chillán

Capítulo IV: Resultados



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

1.- Descripción de resultados

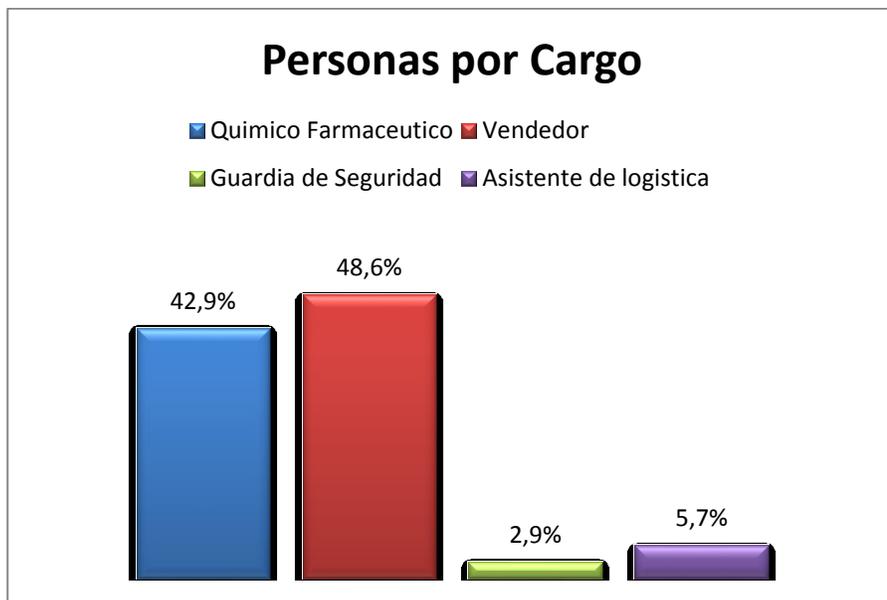
El método de consistencia interna basado en el alfa de Cronbach permite estimar la fiabilidad de un instrumento de medida a través de un conjunto de ítems que se espera que midan la misma dimensión teórica. La validez de un instrumento se refiere al grado en que el instrumento mide aquello que pretende medir. Y la fiabilidad de la consistencia interna del instrumento se puede estimar con el alfa de Cronbach. La medida de la fiabilidad mediante el alfa de Cronbach asume que los ítems (medidos en escala tipo Likert) miden un mismo constructo y que están altamente correlacionados (Welch & Comer, 1988). Cuanto más cerca se encuentre el valor del alfa a 1 mayor es la consistencia interna de los ítems analizados. La fiabilidad de la escala debe obtenerse siempre con los datos de cada muestra para garantizar la medida fiable del constructo en la muestra concreta de investigación. Como criterio general, George y Mallery (2003, p. 231) sugieren las recomendaciones para evaluar los coeficientes de alfa de Cronbach, donde una evaluación de Coeficiente alfa es mayor a 0,9 es considerada excelente, por lo tanto el estudio expuesto a continuación es de alta confiabilidad estadísticamente puesto que posee una correlación alfa de 0,926.(ver Anexo 2).

En la investigación se logró encuestar a 35 personas en total, por lo menos 3 por farmacia, sin embargo no todas las sucursales quisieron participar, en la siguiente tabla se expone la cantidad de encuestas recabadas por cada farmacia.

Empresa	Cantidad
Cruz Verde	4
Ahumada	7
Dr. Simi	4
RedFarma	3
Santos	6
El León	7
Salcobrand	4
Total	35



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social
de las Farmacias en Chillán



El gráfico “Personas por Cargo” refleja el porcentaje de encuestados por cargo que se encuestó en las distintas unidades farmacéuticas, se puede visualizar que el 48,6% de los encuestados corresponde a vendedores, que son la mayor cantidad de trabajadores que poseen las farmacias, el 42,9% a químicos farmacéuticos, el 2,9 a asistentes de lógicas que cumplen la función de abastecer los puntos de venta con los productos, en este caso con los medicamentos y demás productos que venden las Farmacias, además del 2,9% que corresponde a guardias de seguridad.

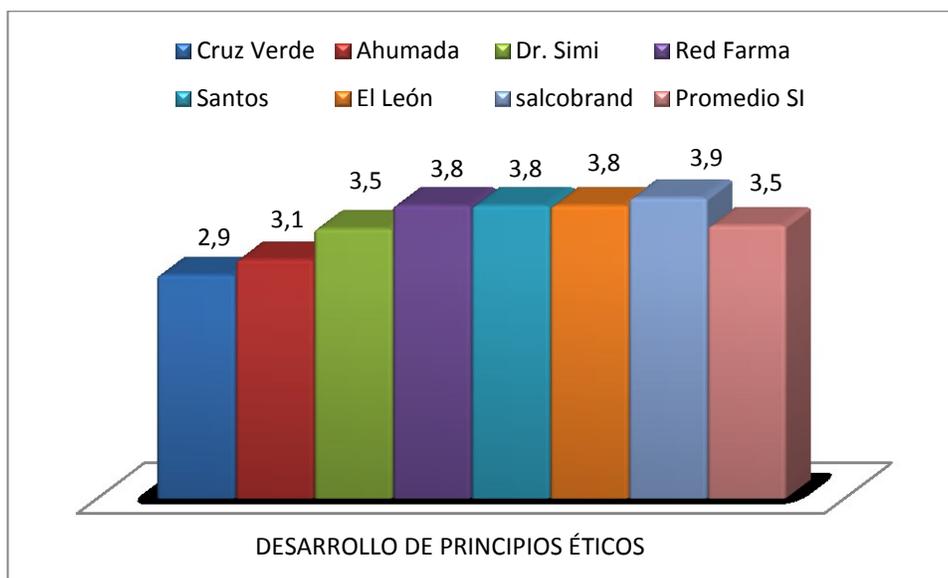


Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

2.- Análisis de resultados

El análisis de resultados se propone para interpretar y analizar los resultados de la investigación de donde saldrán los elementos para plantear las conclusiones. En la evaluación se analizara el 40% de los ítems que tengan un mayor efecto en el promedio del área temática analizada.

2.1. Sub área temática de Desarrollo de los Principios Éticos



El desarrollo de los principios éticos es fundamental para el correcto funcionamiento de la empresa, ya que con estos se logra alinear el comportamiento de los trabajadores a los objetivos de la organización, por esto, es esencial que la compañía tenga sus principios éticos establecidos de forma clara y además desarrollados por escrito. Considerando esto en la evaluación realizada al mercado de las farmacias en Chillán, se puede visualizar en el gráfico que la empresa que posee el promedio más bajo, es empresa Cruz verde y el más alto farmacias Salcobrand.

Cruz Verde tiene un promedio 2,9, de una escala de 1 - 4 situación que nos demuestra que las empresas en general poseen principios éticos establecidos, sin embargo si se analiza en detalle los ítems en los que la empresa obtiene la mejor calificación según sus propios trabajadores es en la incorporación de preguntas específicas en la evaluación de personal



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

sobre el grado en que las conductas del personal se ajustan a los principios y valores de la empresa y en la prohibición de prácticas corruptas. Sin embargo en el ítem “los principios éticos se encuentran por escrito” tiene un promedio de 2,5 lo que implica que la empresa no los establece de forma eficiente. La empresa posee un promedio bajo la media del sector industrial y nos muestra el más deficiente desempeño en esta área.

Ahumada tiene un promedio de 3,1 lo que nos indica una evaluación positiva, sin embargo no es la evaluación óptima, las principales deficiencias se presentan al involucrar a los grupos de interés en el desarrollo de los principios éticos y en la definición de compromisos de transparencia y veracidad en la información entregada, ítems evaluados de forma negativa.

Dr. Simi posee un promedio de 3,5 según la evaluación esto indica que la empresa posee principios éticos y además en el define un compromiso de transparencia y veracidad en la información, dimensiones mejor evaluadas, sin embargo la mayor deficiencia la posee en la incorporación de sus grupos de interés.

RedFarma obtiene un promedio de 3,8 una calificación casi óptima, esto indica que en general la empresa posee principios éticos bien definidos obteniendo la máxima calificación en la mayoría de las dimensiones, el déficit se presenta en la evaluación de personal, si la empresa incorpora preguntas en las que se evaluó si las conductas de sus trabajadores se ajustan a los principios y valores de la empresa. La empresa se encuentra por sobre el promedio de la industria.

Santos adquiere una media de 3,8 una buena calificación, que además se encuentra por sobre el promedio de la industria, las áreas temáticas en las que la compañía tiene el peor desempeño es en la medida en que las conductas de sus trabajadores se ajustan a los valores y principios definidos por la empresa y en la definición de un compromiso de veracidad y transparencia en la información ofrecida, sin embargo la evaluación de estos ítems de igual forma es positiva.



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

El León posee un promedio de 3,8, una calificación por sobre el promedio de la industria, las carencias se presentan en las dimensiones, los principios éticos fueron establecidos considerando sus stakeholders y en la evaluación del personal si son medidas las conductas del personal respecto a los valores y principios de la farmacia, sin embargo la evaluación en estas áreas es positiva.

Salcobrand tiene un promedio de 3,9 en el que se ve reflejado el compromiso que tiene con la RSE situación que también refleja en su página web donde expone las responsabilidades que asume con sus colaboradores, comunidad y medio ambiente. El área que posee la menor calificación es si considera a sus grupos de interés en los principios éticos, con una evaluación de 3,5, evaluación que de igual forma es positiva por lo tanto la empresa si los menciona de cierta forma pero no los involucra de la manera más óptima. La farmacia posee el mejor promedio de la industria.

Las farmacias que tiene mayor incidencia en el promedio de la industrias son farmacias Cruz Verde y Ahumada, farmacias que afectan de forma negativa al desempeño que obtiene la industria, las principales debilidades de estas farmacias se encuentran en la definición de sus principios éticos en lo relacionado con los distintos grupos de interés de las farmacias. La farmacia que afecta de forma positiva y destaca dentro de la industria es Salcobrand, farmacia que obtiene el desempeño óptimo, esto indica que la empresa posee principios éticos establecidos, además posee un compromiso de veracidad y transparencia en la información que se entrega a sus colaboradores.

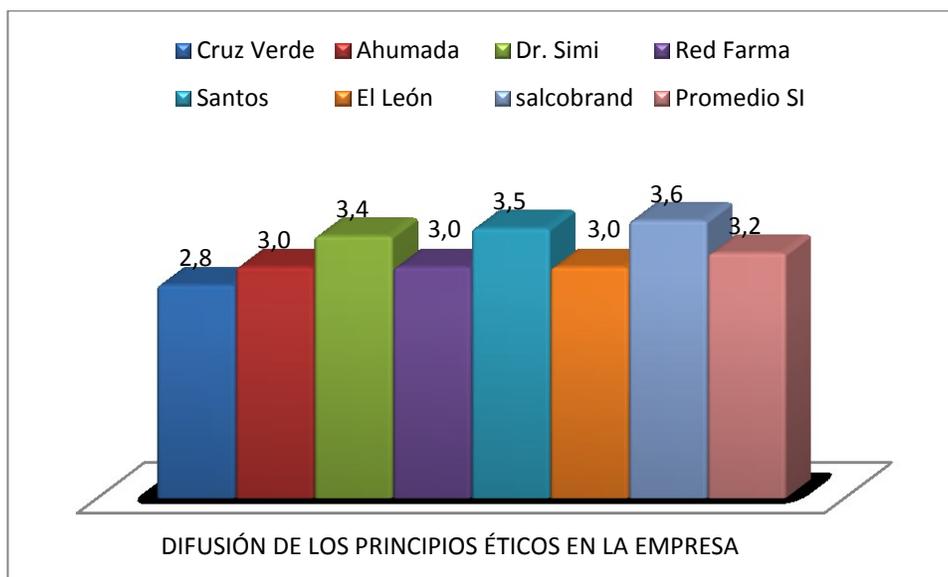
En general la industria posee un buen comportamiento en el desarrollo de principios éticos, el sector industrial obtiene una media de 3,5 dentro de la escala de evaluación de 1 a 4 es considerada buena, las principal fortaleza de la industria se encuentra en la prohibición de prácticas corruptas, y las deficiencias a nivel de industria se presentan en si involucra a los stakeholders en el desarrollo de principios éticos y en la evaluación de personal, si se mide el grado en que las conductas de estos se adaptan a los valores de la organización. Para mayor detalle de la media que obtuvieron las farmacias en las distintas dimensiones ver anexo 3.



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

Además se puede apreciar que son los químicos farmacéuticos son los que tienen mayor conocimiento de los principios éticos que tiene la empresa, ya que al cumplir la labor de administrador o jefe de local están más involucrados en la organización de la empresa. Sin embargo un alto porcentaje de los encuestados contestan con “no aplica” lo que se puede interpretar como que la empresa no posee principios éticos o no han sido comunicados de forma efectiva a sus empleados. (Ver anexo 4)

2.2. Sub área temática de Difusión de los principios éticos en la empresa



En el gráfico expuesto anteriormente, difusión de los principios éticos, se observa la media que obtienen las distintas farmacias según las respuestas que dieron algunos trabajadores elegidos al azar.

Cruz verde es la empresa que obtiene el promedio más bajo dentro de la industria farmacéutica un 2,8, media que indica que la empresa no difunde la forma más óptima los principios éticos, analizando el detalle, la mayor deficiencia la obtiene en la supervisión del cumplimiento de los principios éticos con un 2,4 y en el registro de actividades relacionadas con la RSE con un 2,7.

Ahumada posee un 3,0 evaluación que dentro de la escala establecida implica un comportamiento positivo, sin embargo no el más óptimo, la empresa se encuentra por



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

debajo de la media de la industria, presenta la mayor deficiencia en el registro de actividades relacionadas con la RSE y en y en si posee personas o directivos encargados de la difusión de los principios éticos de la empresa.

Dr. Simi posee una media de un 3,4 promedio que se encuentra por sobre el de la industria, las dimensiones en las que la empresa obtiene el mejor desempeño es en la supervisión del cumplimiento de los principios éticos y en la exposición de estos por medio de materia institucional, áreas en las que obtiene la mayor calificación, por lo tanto según el criterio de sus trabajadores los desarrolla de forma eficiente.

RedFarma obtiene una media de 3,0, menor al de la industria, sin embargo es una evaluación positiva. Las deficiencias que presenta esta farmacia se encuentran en la orientación que se les da sus trabajadores respecto a los principios éticos de la empresa y en el registro de actividades relacionadas con la RSE que desarrolla la compañía.

Santos adquiere un promedio de 3,5 media superior al de la industria farmacéutica la mayor fortaleza que posee esta farmacia es en la exposición pública de sus compromisos éticos y en las acciones para difundir los principios éticos que realizan sus directivos, en estos ítems los trabajadores califican el comportamiento de la farmacia con la evaluación máxima.

El León tiene un promedio de 3,0 media menor al del sector industrial, sin embargo esta evaluación indica que el comportamiento de la empresa es positivo, la mayor debilidad que presenta esta farmacia es en las acciones que realizan los directivos para difundir los principios de la empresa, donde obtiene una calificación negativa de 1,5. Además posee deficiencia en la orientación que genera a sus trabajadores respecto a los principios éticos de la empresa.

Salcobrand posee un promedio de 3,6, media que refleja lo expuesto anteriormente, el compromiso que expone la compañía con la RSE, sin embargo en el ítem que presenta mayor carencia es en “Posee directivos que emprenden acciones concretas para difundir



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

los principios éticos”, sin embargo considerando las respuestas de sus trabajadores hay un conocimiento de las prácticas en RSE de la compañía.

El promedio más alto lo obtiene farmacias Salcobrand, farmacia que afecta de forma positiva al promedio de la industria, la farmacia destaca en la exposición de sus principios éticos y además en la incorporación de todos los trabajadores en la evaluación de personal. Las farmacias que afectan de forma negativa al promedio de la industria son farmacias Cruz Verde que presenta debilidades en la incorporación del personal en las evaluaciones, y farmacias Ahumada que tiene deficiencia en el registro de las acciones y programas en RSE que realiza la farmacia.

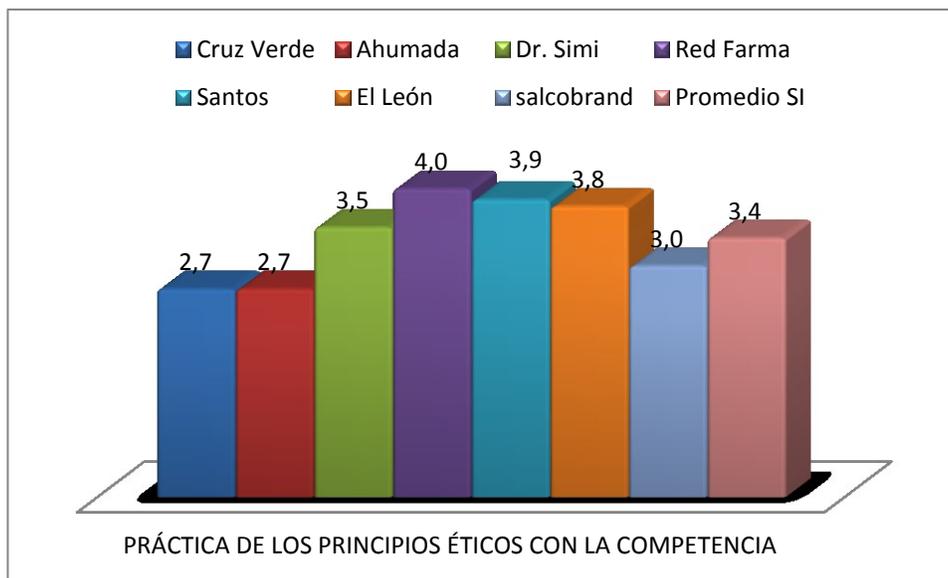
En general la industria posee un comportamiento positivo en la difusión de los principios éticos, las fortalezas de la industria en esta sub área temática se encuentra en la exposición pública de los compromisos éticos, las debilidades se presentan en el registro de las actividades en RSE que realiza la empresa. Para obtener mayor detalles de los promedios obtenidos en los distintos ítems por las diversas farmacias ver anexo 5.

Respecto al conocimiento que poseen los trabajadores de acuerdo al cargo que ocupan dentro de la farmacia se puede apreciar que son los Químicos Farmacéuticos los que poseen un mayor conocimiento respecto a la difusión de los principios éticos de la compañía, sin embargo un porcentaje similar responde con “no aplica” lo que indica que el criterio no corresponde al tipo de empresa, o que la farmacia no desarrolla ese criterio, misma situación con los vendedores. Ver anexo 6.



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

2.3. Sub área temática de Prácticas de Principios Éticos con la Competencia



En el grafico anterior se expone la media que obtuvieron las distintas farmacias en cuanto a los principios éticos de la empresa hacia la competencia, el promedio de la industria es de un 3,4. Los promedios más bajos los obtiene las 3 cadenas de farmacias más grandes, ahí se ve reflejado el caso de colusión de las empresas, donde no fueron respetadas las normas legales al acordar los precios de los distintos medicamentos.

Cruz verde tiene un promedio de 2,7 media menor a la que posee la industria, este promedio no refleja un desempeño más bien negativo de la farmacia, donde la mayor deficiencia se produce en las denuncias que ha recibido al farmacia por prácticas de competencia desleal donde obtiene un promedio 1,0, además ejerce un comportamiento negativo en la discusión interna de acuerdo a la postura que adopta la farmacia respecto a la competencia y al posicionamiento leal.

Ahumada obtiene una media de 2,7 al igual que la competencia, farmacias cruz verde, posee un bajo desempeño en el ítem que hace alusión a las denuncias que recibe la empresa por competencia desleal, ítem donde obtiene una calificación de 2,0, además la empresa posee un desempeño negativo en la discusión con sus proveedores y competencia con los temas relacionados con la competencia leal.



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

Dr. Simi obtiene una calificación sobre la media de la industria, un 3,5 esta calificación es positiva y en las áreas que más destaca esta farmacia es el respeto por la legislación referente a precios y competencia y en las denuncias recibidas por prácticas desleal, lo que nos indica un buen desempeño ético de la farmacia.

RedFarma adquiere la máxima calificación 4,0 media que nos indica que la empresa obtiene un desempeño perfecto en los que hace referencia a la competencia.

Santos posee una media de un 3,9, la deficiencia que presenta esta farmacia respecto a la competencia se encuentra en la discusión con proveedores y clientes respecto a la postura que adopta la farmacia con la competencia leal, ítem donde obtiene una evaluación de 3,5.

El león logra una calificación de 3,8 media superior a la de la industria farmacéutica, las debilidades las presenta en la discusión interna que tiene la farmacia respecto a la posición que adopta frente a la competencia además en la discusión con sus proveedores y clientes sobre temas relacionados con la competencia leal, ítems donde obtiene la menor calificación, sin embargo esta continua siendo positiva.

Salcobrand tiene un promedio de 3,0, promedio bajo la media de la industria, si bien nos indica un comportamiento positivo, la farmacia obtiene un desempeño negativo respecto a las denuncias recibidas por competencia desleal, ítem donde obtiene una calificación de 2,0.

Respecto a las farmacias que tienen mayor influencia en el promedio del sector industrial se encuentran las tres cadenas de farmacias, Cruz verde, Ahumada y Salcobrand, farmacias que presentan una debilidad respecto a las denuncias recibidas por competencia desleal. Las farmacias que afectan positivamente al desempeño del sector son las farmacias independientes además de RedFarma, estas farmacias obtienen un excelente desempeño dentro de la industria, lo que significa que respetan la legislación referente a la competencia.

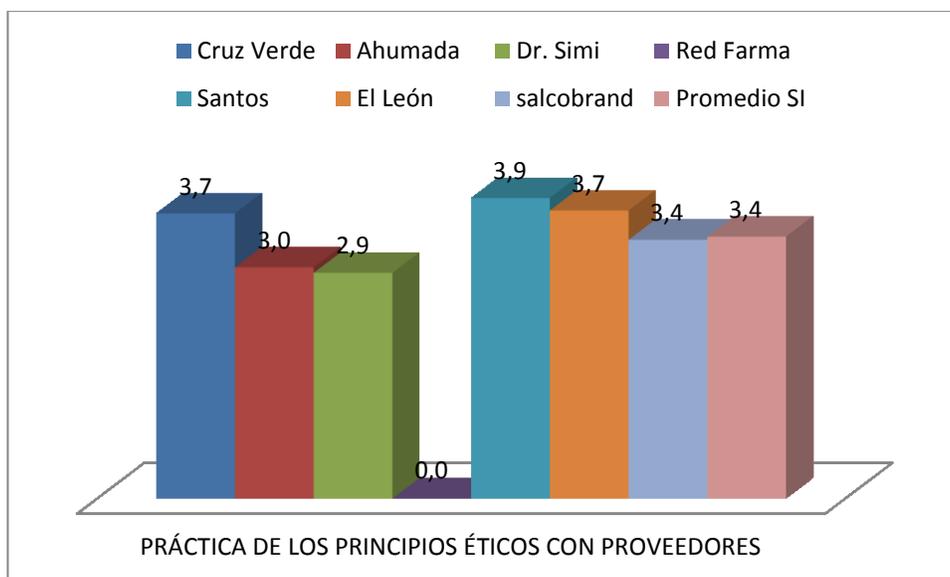


Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

El promedio de la industria es de un 3,4 promedio que indica que el comportamiento dentro del sector industrial respecto a la competencia es positivo, sin embargo al desglosar el promedio obtenido se puede visualizar que las fortalezas de la industria se encuentra en el respeto por la legislación referente a prácticas de precio y competencia y además la mayor deficiencia se produce en las denuncias recibidas por las farmacias respecto a competencia desleal, donde las tres principales cadenas farmacéuticas poseen una calificación negativa. Para mayor detalle de los promedios obtenidos por las distintas farmacias en las dimensiones analizadas en esta área ver anexo 7.

Además en la relación del cargo que posee el entrevistado con el conocimiento que posee de los códigos éticos de la compañía, se puede visualizar que en general los encuestados poseen conocimiento de las prácticas de la compañía respecto a la competencia, esto se puede justificar no necesariamente por información directa de la compañía, sino por la información que se maneja externamente. Ver anexo 8.

2.4. Sub área temática de Prácticas de los Principios Éticos con los Proveedores



El grafico expuesto anteriormente muestra los promedios obtenidos por las distintas farmacias en las prácticas de principios éticos con sus proveedores, la industria obtiene un promedio de 3,4, evaluación positiva de acuerdo a la escala de análisis. El promedio más alto lo obtiene farmacias Santos y la media más baja la obtiene farmacias el Dr. Simi,



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

además RedFarma no tiene evaluación puesto que no hubo respuesta válida por parte de sus trabajadores.

Cruz verde obtiene un promedio de 3,7 evaluación positiva que nos indica un buen comportamiento de la empresa hacia sus proveedores, las debilidades las presenta en la inclusión de grupos comunitarios como proveedores y en los criterios de negociación que permitan el crecimiento de sus proveedores.

Ahumada adquiere una media de 3,0 donde destacan la exigencia hacia sus proveedores en el cumplimiento de la legislación laboral, comercial y previsional además de la prohibición del trabajo infantil. La evaluación de la empresa es positiva aunque no es la óptima se considera un buen desempeño en esta dimensión.

Dr. Simi obtiene el promedio más bajo de la industria con un 2,9 las carencias se encuentran en la inclusión de grupos comunitarios como proveedores y en los criterios de negociación que permitan el crecimiento y desarrollo de sus proveedores. Donde obtiene su mayor desempeño es en la sub área “posee un código de ética que regula la relación entre la farmacia y sus proveedores”.

RedFarma, debido a que no se obtienen respuestas válidas por parte de sus trabajadores ya que el 100% de los encuestados responde con “no aplica” no se puede obtener un diagnóstico satisfactorio.

Santos es la farmacia que obtiene el mayor promedio de la industria, 3,9 desempeño eficiente, donde presente debilidad es en la inclusión de grupos comunitarios entre sus proveedores, ítems donde no se obtiene ninguna respuesta válida, además la empresa posee un desempeño más bajo en las normas de uso interno que evalúan y seleccionan a los proveedores y en la determinación de plazos formales para que los criterios de RSE sean cumplidos.



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

El León posee un promedio de 3,7, promedio sobre la media de la industria, la farmacia posee un buen desempeño en cuanto a la relación ética con sus proveedores, destaca principalmente en la exigencia del cumplimiento laboral, comercial y previsional hacia sus proveedores y en la inclusión de grupos comunitarios, ítems en los que obtiene la máxima calificación.

Salcobrand posee un buen comportamiento en la mayoría de los ítems, ítems en los que es calificado con la máxima evaluación, sin embargo obtiene una evaluación negativa en la incorporación de grupos comunitarios como proveedores, la empresa obtiene un promedio de 3,4 en el comportamiento ético con sus proveedores.

En el sector industrial las farmacias que tienen mayor influencia en su desempeño, son farmacias Ahumada y Dr. Simi de forma negativa, esto se debe al comportamiento que tienen estas farmacias en los criterios de negociación que tienen con sus proveedores, criterios que les permitan crecer dentro de la industria, además en la integración de grupos comunitarios locales dentro de sus proveedores. Destaca el comportamiento de farmacias Santos donde obtiene la máxima evaluación en cuatro de los siete ítems evaluados, situación que demuestra un actuar responsable hacia sus proveedores por parte de la farmacia

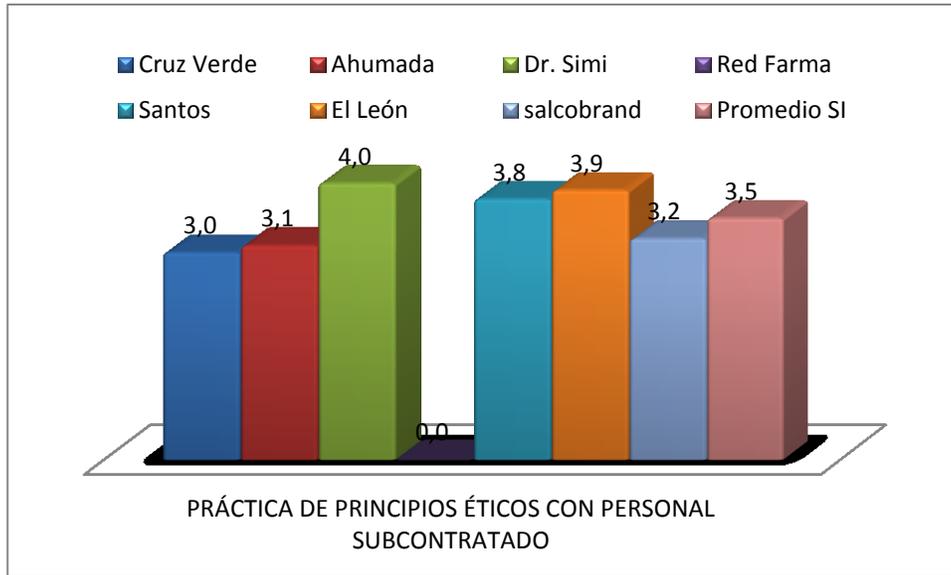
La industria farmacéutica obtiene una media de 3,4, lo que indica un buen comportamiento en general de la industria, la fortaleza de la industria se encuentra en la exigencia que se le realiza a sus proveedores respecto a la prohibición del trabajo infantil, además del cumplimiento de la legislación comercial, laboral y previsional, las debilidades se presentan en la incorporación de grupos comunitarios como proveedores, en este ítem se obtiene una calificación negativa. Para obtener un mayor detalle de las evaluaciones en el sector ver anexo 9.

Respecto al conocimiento que poseen los trabajadores de las prácticas éticas con los proveedores de acuerdo con el cargo que ocupan, son los químicos farmacéuticos los que poseen una mayor información, ver anexo 10.



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

2.5. Sub área temática de Prácticas de Principios Éticos con Personal Subcontratado



El grafico muestra la media obtenida por las distintas farmacias que componen el mercado en Chillán, respecto al comportamiento hacia el personal subcontratado, es importante destacar que a nivel empresarial aumenta constantemente el porcentaje de personas subcontratadas, es decir, los empleados con contrato que se desempeñan en las distintas empresas cumplen labores que las compañías delegan a empresas externas dedicadas a la prestación de servicios especializados.

Cruz verde obtiene una media de 3,0 en general es un buen desempeño, sin embargo presenta carencias en la integración de estos en programas de capacitación y desarrollo profesional, área en la que obtiene una calificación de 2,3.

Ahumada adquiere un promedio de 3,1, desempeño inferior al que posee la industria, las debilidades se encuentran en la integración del personal subcontratado en los programas que posee la farmacia.

Dr. Simi obtiene una media de 4,0, los que nos indica que la farmacia tiene un desempeño eficiente con el personal subcontratado.



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

RedFarma no obtiene respuestas validas en este ítem por parte de sus trabajadores, lo que nos indica que la empresa no posee personal subcontratado.

Santos tiene una media de 3,8 media que refleja que la farmacia tiene buenas prácticas hacia el personal subcontratado, en el área que presenta mayor debilidad es la oferta de beneficios básicos al personal subcontratado, dimensión donde obtiene un 3,3.

El león adquiere un promedio de 3,9 media que indica un excelente desempeño de la empresa con el personal subcontratado, los ítems donde obtiene la máxima evaluación es en la exigencia a los subcontratistas que cumplan con la legislación laboral y en la oferta de beneficios básicos.

Salcobrand obtiene una media de 3,2, inferior al de la industria. Las debilidades se presentan en la integración del personal subcontratado en los programas de la empresa y en la oferta de beneficios básicos.

La mayor influencia en el desempeño de la industria lo tiene farmacias Cruz verde, Ahumada y Salcobrand de forma negativa, estas farmacias tiene deficiencias en la integración del personal subcontratado en los programas de capacitación y desarrollo profesional. Farmacias Dr. Simi, El León y Santos son las que obtiene el mejor desempeño dentro del sector industrial.

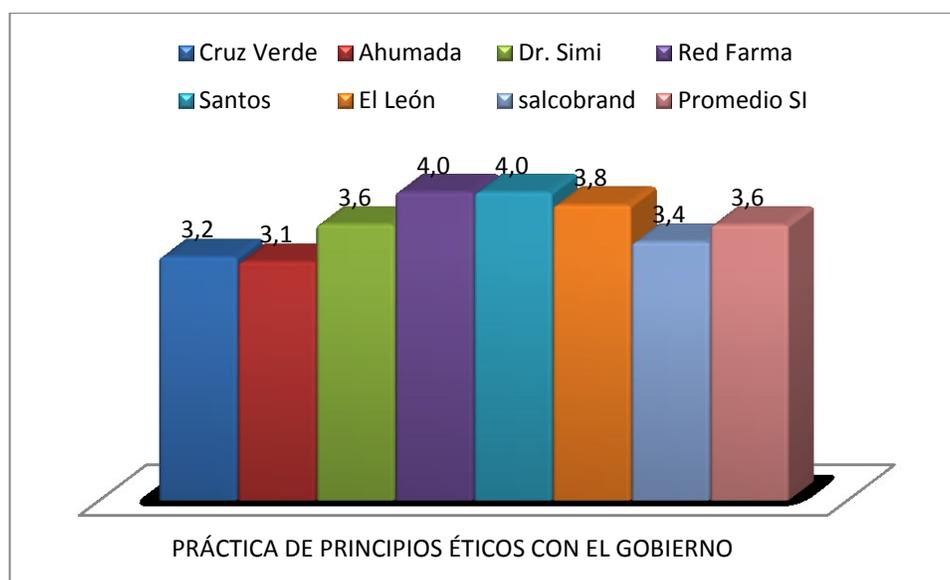
El comportamiento de la industria farmacéutica con el personal subcontratado es positivo, con una media de un 3,5 no indica que la empresa se hace responsable del personal subcontratado, la mayor fortaleza de la industria es la exigencia que realizan las empresas hacia los subcontratistas que garanticen el correcto cumplimiento de la legislación laboral, la principal deficiencia se presenta en la integración del personal en los programas que posee la farmacia de capacitación y desarrollo. Para obtener mayor detalle de los promedios obtenidos por las farmacias en las distintas áreas ver anexo 11.



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

En cuanto a los conocimientos que poseen de acuerdo al cargo que ocupan dentro de la organización poseen mayor información los vendedores y asistentes de logística, esto se puede deber a que son estos los servicios que externaliza la empresa (ver anexo 12), sin embargo el mayor porcentaje de respuestas de los trabajadores es un “no aplica”.

2.6. Sub área temática de Prácticas de Principios Éticos con el Gobierno.



El grafico muestra los promedios obtenidos por las farmacias en el área de las prácticas éticas con el gobierno, esto según la percepción de sus trabajadores.

Cruz verde obtiene un promedio de 3,2 la mayor deficiencia que presenta la farmacia es en la Difusión de una postura reconocida por el personal en cuanto a la prohibición de privilegios hacia funcionarios públicos.

Ahumada tiene una media de 3,1 el promedio más bajo de la industria sin embargo este sigue siendo positivo, la mayor debilidad se presenta en la difusión del cumplimiento de las normas éticas en conjunto con los órganos públicos, ítem donde obtiene un 2,8.

Dr. Simi adquiere una media de 3,6 promedio que refleja un buen comportamiento de la farmacia, el área en la que se destaca es en la mantención de procedimientos formales de



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

auditoria, control y sanción de malas prácticas, ítem en el que obtiene la máxima calificación.

RedFarma obtiene la máxima calificación en esta área, un 4,0 lo indica un excelente desempeño de la empresa respecto a la postura adoptada frente al gobierno.

Santos tiene un promedio de 4,0 lo que refleja un excelente comportamiento, sin embargo al revisar las respuestas de sus trabajadores en los distintos ítems, se visualiza que la empresa no obtiene respuestas validas en tres de las cinco áreas que se analizan.

El león, esta farmacia adquiere una media de 3,8 destacándose principalmente en la exigencia hacia sus trabajadores a denunciar a las autoridades superiores cualquier oferta deshonesto recibida.

Salcobrand tiene un promedio de 3,4 la farmacia obtiene la máxima calificación en las áreas; “Mantiene procedimientos formales de auditoria, control y sanción de estas prácticas” y en “Exige la denuncia a las autoridades superiores de toda oferta deshonesto recibida”.

La mayor influencia dentro de la industria lo tienen las farmacias Cruz Verde y Ahumada de forma negativa, el peor desempeño lo obtiene en la postura que adoptan referente a la prohibición de privilegios hacia funcionarios públicos. Son las farmacias independientes más RedFarma, empresas que destacan principalmente en los procedimientos que poseen de control y sanción de prácticas corruptas.

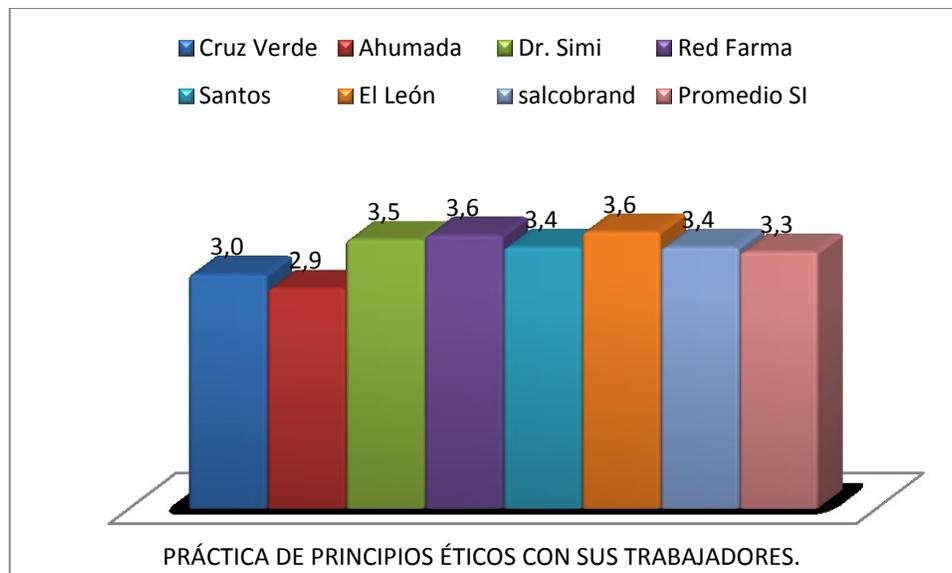
El promedio de la industria es de un 3,6 esto nos indica un actuar responsable de las farmacias respecto al gobierno, la fortaleza de la industria se encuentra en el proceso de auditoría, control y sanción de malas prácticas que puedan realizar en función del beneficio de personal público, la mayor debilidad de las farmacias en general se encuentra en la difusión de una postura reconocida por el personal en cuanto a la prohibición de privilegios a funcionarios públicos. Para mayor detalle de los promedios obtenidos por las diversas farmacias en los distintos ítems evaluados en esta dimensión ver anexo 13.



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

En cuanto al conocimiento que tienen los trabajadores respecto a esta área según el cargo que ocupan se puede identificar que son los químicos farmacéuticos los que poseen mayor información al respecto, ver anexo 14.

2.7. Sub área temática de Prácticas de Principios Éticos con los Trabajadores.



En este ítem se evalúa el comportamiento de la empresa con sus trabajadores, la forma en que los integra dentro de las decisiones de la compañía y si se les ofrece las oportunidades de crecimiento profesional a través de condiciones justas que le permitan desarrollar su trabajo con dignidad.

Cruz verde obtiene una media de 3,0 promedio menor al que posee la industria farmacéutica en Chillán. La farmacia posee las evaluaciones más bajas por parte de sus trabajadores en el ítem “Todos los integrantes de comisiones de los empleados son electos por los trabajadores sin interferencia de la compañía”, ítem en el que obtiene una calificación de 2,3. Además la farmacia presenta deficiencia en la fomentación de la reinserción laboral y la evaluación de satisfacción de los empleados en el lugar de trabajo.



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

Ahumada obtiene el promedio más bajo de la industria, un 2,9 el área en la que obtiene una mayor evaluación es en la existencia de políticas de valoración de la diversidad y no discriminación en el proceso de reclutamiento, dimensión en la que obtiene un 3,5 además posee evaluaciones positivas en los ítems del fomento a la reinserción laboral y en las condiciones que se les ofrece a sus trabajadores, sin embargo la evaluación en estas áreas es de un 3,0 lo que indica que la farmacia no tiene un comportamiento óptimo hacia sus trabajadores.

Dr. Simi adquiere un promedio de 3,5, esta farmacia tiene deficiencias en la dimensión que hace referencia a la rotación de personal, área donde obtiene un promedio de 2,7 además posee carencia en la reinserción laboral. Pero en general la farmacia posee un buen comportamiento con sus trabajadores.

RedFarma obtiene un promedio de 3,6, calificación superior al desempeño que adquiere la industria. Las deficiencias se presentan en un ítem muy importante para los trabajadores, las condiciones que le ofrece la empresa para desarrollar su trabajo con dignidad, área donde obtiene una calificación más bien negativa un 2,7.

Santos posee un promedio de 3,4, esta calificación representa un buen comportamiento de la farmacia en cuanto a los principios éticos con sus trabajadores, sin embargo al analizar el detalle la empresa no realiza encuestas de satisfacción de personal en el lugar de trabajo, ítem en que obtiene una calificación 1,0 además no realiza evaluaciones periódicas en cuanto a la rotación de personal, en este ítem no se obtiene respuestas válidas por parte de sus trabajadores.

El león tiene un promedio de 3,6 media superior al de la industria, en general nos indica un buen desempeño por parte de la farmacia hacia sus trabajadores, las deficiencias se presentan en la realización de encuestas de satisfacción al personal, área donde obtiene un 2,8.



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

Salcobrand tiene el mayor promedio de la industria, un 3,4 promedio que nos refleja un buen comportamiento de la farmacia hacia sus trabajadores, sin embargo la mayor deficiencia que tiene la empresa se encuentra en la elección de los integrantes de comisiones de empleados, área donde obtiene un 1,5 evaluación negativa que refleja que la empresa interviene en las decisiones de los trabajadores respecto a las comisiones que existen.

Las farmacias que afectan de forma negativa al desempeño de la industria son farmacias Cruz Verde y Ahumada, farmacias que obtiene deficiencia en forma de elección de los integrantes de las comisiones de trabajadores, y en las evaluaciones de personal. Las farmacias que destacan son RedFarma y El León, el mejor desempeño los obtiene en las políticas y mecanismos formales que tienen para oír sugerencias y críticas de los empleados con el objetivo de agregar nuevos aprendizajes y conocimientos además de las políticas de valoración de la diversidad y no discriminación en el proceso de reclutamiento.

El desempeño de la industria farmacéutica hacia sus trabajadores obtiene una evaluación positiva, un 3,3 la mayor fortaleza se encuentra en las políticas de valorización a la diversidad y no discriminación en el proceso de reclutamiento, sin embargo posee carencias en la evaluación de satisfacción del personal donde obtiene una calificación 2,9. El factor humano es el recurso más valioso de una organización, es el que puede desarrollar las competencias necesarias para construir ventajas competitivas y para que esto ocurra es indispensable atender a su satisfacción laboral, ya que un trabajador satisfecho tiende a ser más productivo, considerando esto es fundamental conocer las deficiencias que posee la empresa en las distintas áreas para de esta forma generar mejoras en las condiciones ofrecidas a sus trabajadores. Para un mayor detalle de los promedios obtenidos por las farmacias en las distintas dimensiones ver anexo 15.

En cuanto a los conocimientos de los trabajadores respecto del comportamiento ético de la empresa y las condiciones ofrecidas a sus empleados, se puede visualizar que los trabajadores tienen conocimiento de las oportunidades que les da la empresa para

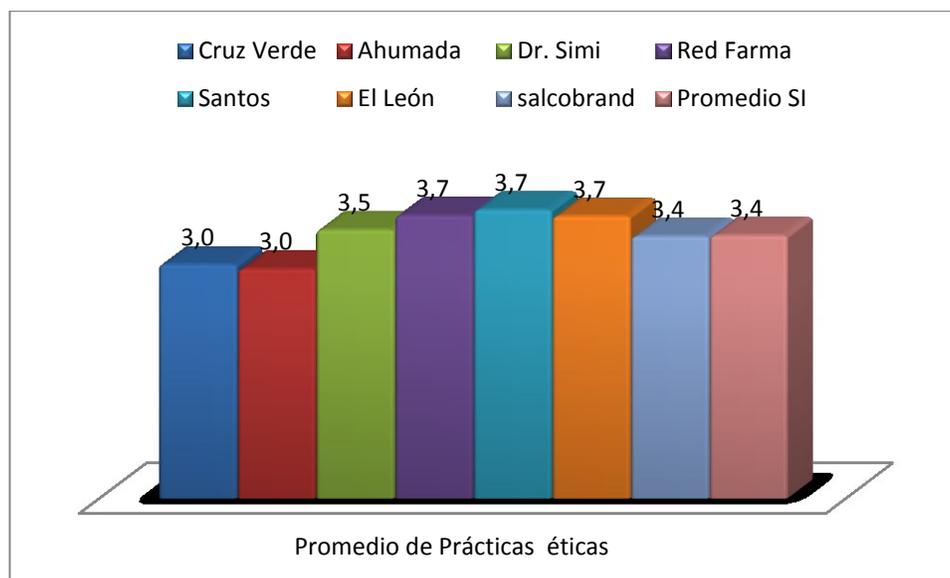


Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

desarrollarse. Los Químicos Farmacéuticos son los que tienen la mayor cantidad de respuestas satisfactorias. Ver anexo 16.

2.8. Promedio de prácticas éticas en las farmacias en Chillán

En el siguiente gráfico se puede ver la media que poseen las empresas en las prácticas de principios éticos de la compañía, siendo la escala de 1 a 4, según la percepción de sus trabajadores.



Se puede analizar a partir del gráfico anterior que las empresas del sector farmacéutico en general poseen un buen comportamiento ético, sin embargo son las farmacias más pequeñas las que poseen un promedio más alto, lo que nos refleja en cierto modo las malas prácticas en las que se han visto involucradas las grandes cadenas, sin embargo, las pequeñas empresas tienen menos definidos los principios éticos por lo que en muchos ítems contestan con un no aplica, esto producto que al ser pequeñas empresas su estructura no está tan bien definida como en las grandes empresas, son menos la cantidad de trabajadores y estos cumplen más de una función, no hay especialización en la administración.

Cruz verde tiene un promedio de 3,0 media más baja del sector industrial, sin embargo esta evaluación es positiva, significa que la empresa en general tiene un buen comportamiento ético con sus distintos stakeholders, las debilidades en cuanto a ética de



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

la empresa se encuentran en las prácticas éticas hacia la competencia, donde obtiene un 2,7.

Ahumada tiene una media de 3,0 sus debilidades se encuentran en las practicas éticas hacia la competencia y hacia sus trabajadores, ítem donde obtiene un evaluación negativa. En general de acuerdo al promedio que obtiene la farmacia se puede concluir que las prácticas de la empresa hacia sus stakeholders son más bien positivas.

Dr. Simi obtiene una media de 3,5 lo que refleja un comportamiento ético de l farmacia a sus stakeholders positivo, en el que destaca principalmente el comportamiento que tiene la farmacia hacia el personal subcontratado y con el gobierno.

RedFarma adquiere una media de 3,7 promedio que se encuentra por sobre el de la industria, esta farmacia destaca en la mayoría de las áreas, presenta deficiencia en la difusión de los principios de la farmacia, y en los ítem que hace alusión a los proveedores y personal subcontratado no existieron respuestas validas por parte de los trabajadores.

Santos obtiene un promedio de sobre la media de la industria, un 3,7 lo que refleja un comportamiento ético eficiente, las carencias de esta farmacias se encuentran en las practicas éticas hacia sus trabajadores y en la difusión de los principios éticos de la farmacia.

El león esta farmacia posee un promedio de 3,7 en general la empresa obtiene un desempeño positivo en todas las áreas, en la área que presenta un menor desempeño es la difusión de principios éticos.

Salcobrand tiene una media de 3,4 la farmacia destaca en el desarrollo de los principios éticos donde obtiene un promedio de 3,9 lo que indica que sus principios están bien establecidos, además destaca en la difusión de los principios de la farmacia.

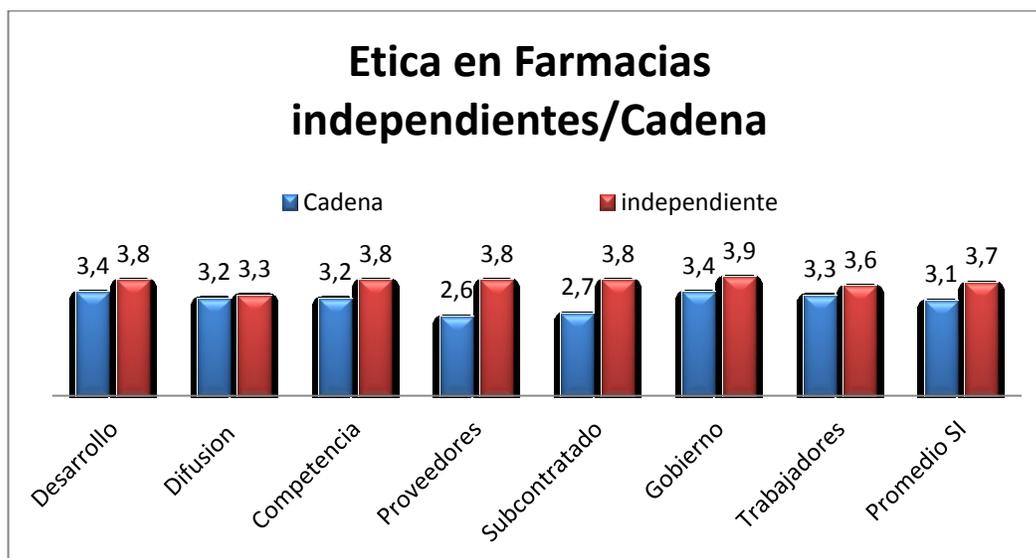
El sector industrial de las farmacias en Chillán tiene un buen comportamiento ético, tiene una media de un 3,4. El área que necesita un mayor trabajo por parte de los directivos de



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

las farmacias, es principalmente en la difusión de los principios que adoptan las farmacias. En el sector industrial además, destaca el comportamiento ético que tiene la empresa con el gobierno. Para mayor detalle de los promedios obtenidos en el sector industrial ver anexo 17.

2.9. Comparación de los comportamientos éticos en las farmacias de cadena e independientes



Se puede visualizar en el grafico anterior que las farmacias independientes en general poseen promedios más alto que las farmacias de cadena en cuanto a los compromisos éticos que la empresa posee con sus distintos stakeholders, sin embargo dentro de las respuestas de sus trabajadores el mayor porcentaje se encuentra dentro del criterio “no aplica” respuesta que es considerada como no valida, esto se justifica de cierta forma ya que al ser empresas pequeñas no poseen una estructura definida, por lo que no existe especialización en la administración, puesto que los trabajadores realizan más de una fusión dentro de la farmacia.



Capítulo VI: Propuesta de mejora



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

1.- Generales por Área de la Ética

Considerando los resultados que arrojó la aplicación del instrumento a los trabajadores de las distintas sucursales del sector farmacéutico en Chillán se le recomienda a las distintas farmacias:

- ✓ Establecer principios éticos en los que involucren a sus distintos stakeholders, para de esta forma obtener un personal comprometido con los objetivos de la organización.

2.- Específicas por Sub Área de la Ética

Al analizar los resultados de las distintas farmacias en las diversas áreas de la ética se identificaron algunas debilidades que estas poseen, para esto se les hace sugerencias de mejora por farmacia en función de las debilidades identificadas.

2.1. Sub área temática de Desarrollo de principios éticos.

Principales Debilidades

- a) Integración de los grupos de interés dentro de sus principios éticos.
- b) Evaluación del grado en que se ajusta la conducta del personal a los principios y valores de la empresa.

Propuestas de mejora de las debilidades

- a) Se le recomienda a las distintas farmacias establecer principios éticos en los que se considere las necesidades de sus distintos stakeholders, además se le recomienda definir de forma clara un compromiso de transparencia y veracidad de la información entregada.
- b) Se le recomienda realizar una evaluación de personal de forma periódica y que además integre preguntas en las que mida el nivel en que se ajusta la conducta de los trabajadores a los principios y valores de la empresa, ya que esto permite alinear las conductas de sus trabajadores a los objetivos de la empresa.

2.2. Sub área temática de Difusión de los principios éticos en la empresa

Principales Debilidades

- a) Orientación del personal en relación a sus principios éticos



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

- b) Posee directivos que emprenden acciones concretas para difundir los principios éticos
- c) Registro de las acciones y programas realizados en el área de la responsabilidad social.

Propuestas de mejora de las debilidades

- a) Se le recomienda a la empresa orientar de forma sistemática al personal en relación a los principios éticos de la farmacia, evaluar el cumplimiento de
- b) Se le sugiere a las farmacias que obtengan directivos que se encarguen de difundir los principios que tiene la empresa, para que estos sean conocidos tanto interna como externamente.
- c) Se le recomienda a las farmacias realizar un registro las acciones en RSE que realiza.

2.3. Sub área temática de Práctica de principios éticos con la competencia

Principales Debilidades

- a) Denuncias recibidas por prácticas desleales.

Propuestas de mejora de las debilidades

- a.1) Se le recomienda a las farmacias discutir internamente la postura que adopta la compañía frente a la competencia además de promover un posicionamiento leal.
- a.2) Se le sugiere a las empresas respetar la legislación y evitar prácticas desleales además de integrar dentro de las discusiones de posicionamiento leal a clientes y proveedores.

2.4. Práctica de principios éticos con los proveedores

Principales Debilidades

- a) Utilizar criterios de negociación de permitan el crecimiento de sus proveedores.
- b) Inclusión de grupos comunitarios locales dentro de sus proveedores.

Propuestas de mejora de las debilidades

- a) Se le recomienda a las empresas que establezca normas que permitan evaluar y seleccionar a los proveedores, basándose en los factores de calidad y precios.



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

- b) Se le sugiere a las farmacias utilizar criterios de negociación que le permitan a sus proveedores desarrollarse y crecer dentro de la industria.

2.5. Sub área temática de Práctica de principios éticos con el personal subcontratado

Principales Debilidades

- a) Integración del personal subcontratado en programas de desarrollo y capacitación.

Propuestas de mejora de las debilidades

- a) Se les recomienda a las farmacias que poseen personal subcontratado ofrecerles las mismas oportunidades de crecimiento, desarrollo y capacitación que a sus empleados de planta además de los beneficios básicos, ya que estos también forman parte de la organización.

2.6. Sub área temática de Práctica de principios éticos con el gobierno

Principales Debilidades

- a) Difusión de la postura de la organización referente a la prohibición de privilegios hacia funcionarios públicos.

Propuestas de mejora de las debilidades

- a) Se les recomienda a las farmacias que difundan a sus empleados la posición que obtiene respecto a los beneficios a funcionarios públicos, además de mantener procedimientos formales de auditoría, control y sanción de estas prácticas.

2.7. Sub área temática de Práctica de principios éticos con sus trabajadores

Principales Debilidades

- a) Realizar encuestas para medir la satisfacción de los empleados en el lugar de trabajo.
- b) Elección de los integrantes de comisiones de trabajadores.

Propuestas de mejora de las debilidades

- a.1) Se les recomienda a las farmacias entregarles las condiciones dignas a sus trabajadores que les permita desarrollarse de forma más eficiente en su trabajo, además de capacitarlos constantemente para que estos obtengan un buen trato con los clientes y poder fidelizarlos hacia una compañía ya que las



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

capacitaciones les permiten tener mayores herramientas que le permiten desenvolverse mejor.

- a.2)** Realizar encuestas de satisfacción a los trabajadores para mejorar las condiciones y oportunidades que se les entregan a los empleados.
- a.3)** Fomentar la reinserción laboral y evitar prácticas discriminatorias en el proceso de reclutamiento, enfocarse en la cualificación de las personas.
- b)** No involucrase en la elección de los integrantes de las comisiones de trabajadores.



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social
de las Farmacias en Chillán

Conclusiones



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

La presente memoria de título tuvo como uno de los objetivos principales, la elaboración de un marco teórico basado en las distintas áreas de la responsabilidad social y un enfoque en la ética empresarial desde la RSE, permitiendo conocer las distintas teorías que existen acerca del tema y las distintas visiones que sugieren los diversos autores a través del tiempo, y de esta forma generar una base para la comprensión del tema desarrollado. Sumado a esto está la caracterización y definición del sector farmacéutico donde se expone la clasificación de las distintas farmacias y su participación de mercado en Chile. También se desarrolla un diagnóstico del comportamiento ético de las farmacias según la percepción de sus trabajadores, esto a través de un instrumento basado en los ya existentes de ETHOS y AcciónRSE, este fue aplicado a trabajadores de las siete farmacias existentes en la ciudad de Chillán donde se logró conocer el compromiso que asumen las empresas en relación con el gobierno, competencia, personal subcontractado, proveedores y trabajadores.

A continuación se exponen las conclusiones.

Conclusiones Generales.

- ✓ La tres principales cadenas son las que obtiene el peor desempeño ético dentro del sector industrial, siendo en la dimensión que involucra a la competencia en la que se obtiene el desempeño más bajo, esto es reflejo de las prácticas de competencia desleal en las que se han visto involucradas estas farmacias.
- ✓ Las farmacias en Chillán poseen un comportamiento ético más bien positivo en el que integran a sus stakeholders.
- ✓ Los Químicos farmacéuticos son los empleados que poseen mayor información respecto a la ética de las farmacias, esto producto que tiene un cargo administrativo por lo que se relacionan directamente con las prácticas que realiza la empresa.

Conclusiones Específicas.

- ✓ El desarrollo de principios éticos es fundamental para una empresa ya que en esto se define la postura de la organización referente a distintas situaciones que se ve enfrentada la compañía. Las farmacias en Chillán tienen principios éticos en



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

general bien desarrollados, destacando principalmente en la prohibición de prácticas corruptas.

- ✓ La importancia de la difusión de los principios éticos radica en alinear el comportamiento de sus trabajadores a los principios de la empresa. Las farmacias en Chillán difunden sus principios éticos de forma eficiente, exponiendo públicamente sus compromisos éticos por medio de material institucional a sus distintos grupos de interés, además de orientar al personal respecto a los principios éticos de la farmacia.
- ✓ La libre competencia representa la libre decisión de las distintas empresas que participan en el mercado. Las farmacias respetan la legislación en relación a precios y competencia leal.
- ✓ Los proveedores son los que abastecen con existencia a otras empresas, por lo tanto estos forman parte fundamental de las distintas compañías, es por esta razón que una empresa responsable socialmente se preocupa del desempeño que tiene los proveedores. Las farmacias en general exigen a sus proveedores el cumplimiento de la legislación y la prohibición del trabajo infantil, sin embargo no integran dentro de sus proveedores a grupos comunitarios locales.
- ✓ El personal subcontratado si bien no es seleccionado por la empresa, forma parte de esta por lo que la empresa se debe preocupar de igual forma de su desarrollo y bienestar. Las farmacias en Chillán cumple con las obligaciones legales hacia el personal subcontratado sin embargo presenta deficiencias en la integración del estos dentro de sus programas de capacitación y desarrollo profesional.
- ✓ Los trabajadores son el principal capital de una empresa, ya que son estos los que hacen viable el negocio, por lo tanto la empresa debe valorarlos como tal, y además entregarlas las condiciones justas y necesarias que les permitan el desarrollo tanto personal como profesional. Los principales problemas que presentan las farmacias hacia sus trabajadores se encuentran en que no realizan de forma periódica encuestas de satisfacción a sus empleados, lo que no le permite a las distintas farmacias conocer las carencias o necesidades que poseen sus empleados.



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

Nivel de cumplimiento de los objetivos.

Objetivo General

- ✓ La evaluación del comportamiento ético en las farmacias de Chillán se realiza a través de la elaboración de un instrumento de RSE, instrumento que posteriormente es aplicado en las distintas sucursales farmacéuticas en Chillán, este instrumento es aplicado con el objetivo de identificar las prácticas éticas de las farmacias y evaluar el desempeño que estas obtienen dentro de la industria. Al analizar los resultados del instrumento se identifican las fortalezas y debilidades de las distintas farmacias.

Objetivos específicos

- ✓ La identificación de las prácticas ética de las farmacias se logra a través de la aplicación de un instrumento, instrumento que es elaborado en base a otros existentes que fueron publicados por reconocidas organizaciones enfocadas en promover las RSE a nivel mundial. El instrumento está compuesto de una serie de afirmaciones que abarcan distintas áreas de la ética, que son descritas en la propuesta de instrumento en el capítulo III metodología de la investigación.
- ✓ La descripción de las prácticas éticas en las farmacias ubicadas en la ciudad de Chillán se logra en el capítulo número IV esto a través del análisis de los resultados que arrojó la aplicación del instrumento. Considerando además todo lo expuesto en el capítulo I en relación con la RSE y la ética empresarial.
- ✓ El diagnostico de comportamiento ético de las farmacias en Chillán se realiza en el análisis de los resultados, Capitulo número IV de la memoria, en este se logra identificar el comportamiento de las distintas farmacias en las diversas sub áreas temáticas, además se establece una comparación del comportamiento de las farmacias con el promedio que se obtiene en el sector industrial farmacéutico en Chillán.
- ✓ Las propuestas de mejora hacia el sector farmacéutico se realizan en el capítulo número V de la memoria, en este se identifican las principales debilidades del sector farmacéutico y se proponen una o más opciones de mejora para que las farmacias obtengan un mejor desempeño ético.



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social
de las Farmacias en Chillán

Bibliografía



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

- Acción empresarial (2003). *El ABC de la Responsabilidad Social empresarial en Chile y el mundo*. Santiago de Chile.
- Acción RSE (2011). *Responsabilidad social empresarial: gobernanza, medición y control de gestión*. Santiago: Acción RSE.
- Antonio Vives; Estrella Teinado-Vara. La Responsabilidad social de la empresa en América Latina. 2011:1-468.
- Alberto H, RoDr.íguez R. La organización : los stakeholders y la responsabilidad social. 2011;(97).
- Breña MY, Molina J. Principios éticos y responsabilidad social en la universidad. *Adm y Principios éticos y responsabilidad social en la universidad*.
- Breu F, Guggenbichler S, Wollmann J. *Responsabilidad Social Universitaria: Manual de Primeros Pasos.*; 2008.
- Castro AA, Becerra DPP. Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social. (Spanish). *Pensam Gestión*. 2012;(32):1-26.
- Comisión de las Comunidades Europeas (2001). *Libro Verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. Bruselas: Comisión de las Comunidades Europeas (CCE).
- Chiavenato I. “Administración de recursos humanos.” *Editor Mc Graw Hill*. 1999:1-75.
- De Castro Sanz M. La Responsabilidad Social de las Empresas, o un nuevo concepto de empresa. *Rev Econ pública, Soc y Coop*. 2005;53:29-51. http://www.ciriec-revistaeconomia.es/banco/03_Marcos_de_Castro_53.pdf.
- Domènec., M. (2006). Las cinco mayores compañías farmacéuticas: Imagen corporativa y críticas en responsabilidad social. Publicado por la Cátedra Economía y Ética, Universidad de Navarra
- Elisabet P, Cots G. Impacto Social : Un modelo en base a capacidades.
- Enrique M, Macías U. Revista Mundo Marco teórico para el análisis de la empresa industrial de Ibagué frente a la responsabilidad social empresarial * Palabras Clave : Revista Mundo. 2010;(9).
- Estudios D De. El Mercado de Medicamentos en.



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

[Http://WebMinsalCl/Nueva_Ley_De_Farmacos](http://WebMinsalCl/Nueva_Ley_De_Farmacos). 2013:18.

- Europeo F, Feder Dr, Ivc I. Responsabilidad Social Empresarial : Buenas Prácticas y Recomendaciones.
- Final D. La salud en Chile : sentando las bases para un nuevo sistema para todas y todos. 2014.
- Farmac I. Estudio de Oferta del Sector Farmacéutico.
- Fernández., A. y Martin., V. (2011). “Gestión ética para el bien común en las organizaciones”. Sinergia. Recuperado de <http://revista-sinergia.com.ar/wp/?p=174#sthash.bWYWNk4k.dpbs>
- García AA. Responsabilidad Social Empresarial. Su contribución al desarrollo sostenible. *Rev Futur*. 2007;V(17):9.
- García C, Torre D, Ph D. Epistemología de la responsabilidad social Gloria Camacho Ruelas Osmar Arandia Pérez. :95-113.
- Garzás J. Responsabilidad Social Empresarial. *ResearchgateNet*.
- Gessa Perera A, Jiménez Jiménez MDA. LA GESTIÓN DE LAS RELACIONES CON LOS GRUPOS DE INTERÉS Un análisis exploratorio de casos en el sector hotelero español. *Estud y Perspect en Tur*. 2011;20:753-771.
- Gh G, Gh V, Lqyhvwljdu S, et al. Los 10 cambios que trajo el caso Farmacias a la industria , consumidores y la justicia. :1-4.
- Giovanni O, Villabón R. Revista Mundo “ La responsabilidad social en las PYMES españolas : Abstract : Keywords : Palabras Clave : Revista Mundo. 2010;(9).
- Gómez, R. (1999). *Ética Empresarial*. MaDr.id.
- González Solís JL. Responsabilidad social empresarial: un enfoque alternativo. *Análisis Económico*. 2008;XXIII:227-253. doi:Análisis Económico.
- Iborra M. Hacia una teoría ética de identificación y relevancia de los grupos de interés: Responsabilidad, intencionalidad y previsión, poder y dependencia, urgencia y vulnerabilidad. (Spanish). *Towar ethical theory stakeholders Identif salience Responsib intentionality Previs power Depend urgency vulnerability*. 2014;8(2):87-101. doi:10.3232/GCG.2014.V8.N2.05.
- Instituto Ehtos (2005).Conceptos básicos e indicadores de responsabilidad social



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

empresarial. *Manual de apoyo para periodistas*. São Paulo: Instituto Ehtos.

- Krick T, Forstater M, Monaghan P. The Stakeholder Engagement Manual: Volume 2: The Practitioner's Handbook on Stakeholder Engagement. *United Nations Environ Program*. 2005;54:156. <http://scholar.google.com/scholar?hl=en&btnG=Search&q=intitle:The+stakeholder+engagement+manual+Volume+2#8>.
- León Edgardo MA. Estructura y comportamiento del mercado de salud en Chile. 2011.
- Lolas, F. Garbi, M. & Quezada, A. (2009). *Ética y Farmacias: Una perspectiva Latinoamericana*. Santiago.
- Martí Noguera JJ, Martí-Vilar M, Almerich G. Responsabilidad social universitaria: influencia de valores y empatía en la autoatribución de comportamientos socialmente responsables. *Rev Latinoam Psicol*. 2014;46(3):160-168. doi:10.1016/S0120-0534(14)70019-6.
- Martínez, H. (2005). *El marco ético de la Responsabilidad Social Empresarial*.
- Medina, A. & Severino P. Responsabilidad empresarial: generación de capital social de las empresas. *Contab y Negocios*. 2014;(9) 17(9):63-72.
- Méndez RM, Universidad B, Puebla A De. Responsabilidad Social Empresarial En Las Pequeñas Empresas Constructoras De Corporate Social Responsibility in Small. 2014;9(2):1200-1209.
- Navarro, F. (2008) *Responsabilidad Social Corporativa. Teoría y Práctica*
- Of P, In S, Tourist S. La participación de los stakeholders en los destinos turísticos españoles: análisis de la situación actual. 2015:151-174.
- Olmedo., I. Martínez., I. Arcas., N. y Marin., L. (2010). "Relación circular entre ética, responsabilidad Social y Reputación de las Cooperativas", *Revesco*. Volumen 107, pp.129-154.
- Pablo, Baltera y Estrella D. Responsabilidad social empresarial alcances y potencialidades en materia laboral. *Cuad Investig*. 2005;25:7-135.
- Paniagua JAV, Isaza DPG. Metodología para implementar un modelo de responsabilidad social empresarial (RSE) en la industria de la curtiembre en Colombia.



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social
de las Farmacias en Chillán

Contab y *Negocios*. 2012;4(8):49-56.

<http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/contabilidadyNegocios/article/view/937>.

- Pantoja MA, Rodríguez M del P, Carrión A. Diseño de un Cuestionario para Valorar los Atributos de Grupos de Interés Universitarios desde un Enfoque de Liderazgo Participativo. *Form Univ*. 2015;8(4):33-44. doi:10.4067/S0718-50062015000400005.
- Paula LB, Lafuente AM a G. Algoritmo aplicado en el diálogo con los grupos de interés: un estudio de caso en una empresa del sector de turismo/Algorithm applied in dialogue with stakeholders: a case study in a business tourism sector. *Contab y Negocios*. 2010;5(10):76-85,97-98.
- Pérez, L., Garzón, A., y Ibarra Mares, A. (2014). Código de ética empresarial para las Pymes: marco de referencia para la sostenibilidad y responsabilidad social empresarial (RSE). *Revista Espacios*. Volumen 36 (Nº 02), 11.
- Pérez Ruiz a., García de los Salmones Sánchez M, Rodríguez del Bosque I. Las dimensiones de la responsabilidad social de las empresas como determinantes de las intenciones de comportamiento del consumidor. *Rae*. 2008;(1953):127-147.
- Por E, Fernández R. Códigos éticos o de conducta. Su concepto. Su necesidad. 2011.
- Quezada R. La Responsabilidad Social Universitaria Como Política Pública: Un Estudio De Caso. *Doc y Aportes*. 2014:103-127.
- Quezada. G R. DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGÍA Y TRABAJO SOCIAL TESIS DOCTORAL: RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA: UNA NUEVA MIRADA A LA RELACIÓN DE LA UNIVERSIDAD CON LA SOCIEDAD DESDE LA PERSPECTIVA DE LAS Dirigida por : 2010:131.
- Raich, M. Simón L. (2009). *Más Allá. Empresa y Sociedad en un mundo en transformación*. Dolan
- Reinecke J, Manning S, von Hagen O. The Emergence of a Standards Market: Multiplicity of Sustainability Standards in the Global Coffee Industry. *Organ Stud*. 2012;33(5-6):791-814. doi:10.1177/0170840612443629.
- René M, Magaña C. Bioética: Una Orientación Hacia La Responsabilidad Social Empresarial De Los Estudiantes Latinoamericanos De Escuelas De Negocios Bioethics: a Guide To Social Responsibility of Students American Business School. 2013;8(1):898-



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

911.

- Responsabilidad LA, Empresarial S, Un YLOSS. En los últimos años el sector empresarial ha venido realizando un creciente esfuerzo en la aplicación de políticas de “responsabilidad social empresarial ” (RSE) 2 . Este comportamiento se basa en la creencia de que la RSE mejora las relaciones con . 2012.
- Revisor P. La Responsabilidad Social Empresarial En Chile : Mucho Camino Por Recorrer Responsabilidad Social Empresarial En Chile : Una Visión Medioambiental. 2006.
- Rodriguez A. Gestión de stakeholders. Gestión de grupos de interés. *Rev Esc Adm negocios*. 2013;(75):208-210.
- Rodriguez EM, Martínez LLG. PANORAMA DE LA ENSEÑANZA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LAS INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR EN MÉXICO E IBEROAMÉRICA. (Spanish). *Panor view Teach Entrep Soc Responsab High Educ Inst Mex Iberoamericica*. 2012;(41):55-69. 43.
- Rodríguez RHA, Malaver Rojas MN. La organización : los stakeholders y la responsabilidad social. *Doc Investig*. 2011;97(97). doi:0124-8219.
- Rubio Guerrero G, Rosero Villabón OG. El comportamiento medio ambiental de las empresas industriales de Ibagué: una mirada desde la responsabilidad social empresarial. *Sotavento MBA*. 2013;(20).
- Rodríguez I, Bosque DEL. Responsabilidad Social En El Sector Financiero.
- Ruiz, J., Silva, N., y Vanga, M. (2008). *Ética empresarial y el desempeño laboral en Organizaciones de Alta Tecnología (OAT)*. Revista Venezolana de Gerencia. Volumen 13, Maracaibo.
- Salazar AL, Soto RC, Sánchez RM. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL COMO ESTRATEGIA DE COMPETITIVIDAD EN EL SECTOR ALIMENTARIO. (Spanish). *Corp Soc Responsib is a Strateg Compet food Sect*. 2011;24(43):261-283.
- Sara de Talavera MA. Indicadores de Responsabilidad social empresarial. 2001:80.
- Social LR. SOFOFA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Guía Básica para Integrar la Responsabilidad Social en la Empresa. :1-29.



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

- Teixid S, Chavarri R, Castro A. Responsabilidad Social Empresarial en Chile: Perspectivas para una Matriz de Análisis. 2002;80.
- Uribe, A. y Shumacher, C. (2005). *Ética y Responsabilidad Social y Empresa*. Rosario.
- Valarezo González K, Túñez López JM. Responsabilidad Social Universitaria. Apuntes para un modelo de RSU. *Univ Soc Responsib Indic a Model USR*. 2014;13:84-117.
- Wheleen, T., J. Hunger & I. Oliva. (2007). *Administración Estratégica y Política de Negocios Conceptos y casos*. México D.F. Pearson.
- Zarco., V. y Rodríguez., A. (2005). Ética y responsabilidad social en las organizaciones actuales. *Revista Internacional de Ciencias Sociales y Humanidades, SOCIOTAM*, volumen 15, pp. 185-203



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social
de las Farmacias en Chillán

Anexos



Anexo 1



Instrumento de autodiagnóstico de Ética Empresarial

La ética empresarial se refiere a cómo una compañía integra el conjunto de valores en sus propias políticas, prácticas y en la toma de decisiones en todos los niveles de la empresa. Además, la ética empresarial implica comportarse de acuerdo a los estándares legales, además de dar cumplimiento a las leyes y regulaciones internas.

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es una cultura basada en principios éticos en el que la empresa integra programas sociales y medioambientales, programas en el que son incluidos los diversos grupos de interés.

Un principio ético es una regla que sirve como guía para definir la conducta, ya que recoge aquello que se toma como válido o bueno.

Un código de ética es un conjunto de normas que regulan los comportamientos de las personas dentro de una empresa u organización, el código de ética supone un reglamento interno de cumplimiento obligatorio. El principal objetivo de un código de ética es mantener una línea de comportamiento uniforme entre todos los integrantes de una empresa.

Los grupos de interés son todas aquellas personas o entidades que pueden afectar o son afectados por las actividades de una empresa.

El siguiente instrumento se contesta a través de una escala Likert de 0 a 4, donde 1 es el mayor desacuerdo y 4 totalmente de acuerdo, además 0 significa que no aplica, es utilizado cuando el criterio no corresponde al tipo de compañía o en caso de que la persona que lo contesta no tiene conocimiento al respecto. Dónde:

0 = No Aplica (N/A)

1 = Muy en Desacuerdo (MD)

2 = Leve Desacuerdo (LD)

3 = Levemente de Acuerdo (LA)

4 = Muy de Acuerdo (MA)



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social
de las Farmacias en Chillán

 Instrumento de autodiagnóstico de Ética Empresarial						
Empresa						
Cargo						
Años trabajando en la empresa						
Profesión						
		N/A	MD	LD	LA	MA
DESARROLLO DE PRINCIPIOS ÉTICOS						
1	Los principios éticos se encuentran por escrito	0	1	2	3	4
2	Los principios éticos fueron elaborados considerando las necesidades del personal, socios y/o la comunidad	0	1	2	3	4
3	Los principios éticos contemplan la relación con sus distintos grupos de interés	0	1	2	3	4
4	En la evaluación del personal se incorpora mediante preguntas específicas el grado en que las conductas se ajustan a los principios y valores de la empresa	0	1	2	3	4
5	Define un compromiso de transparencia y veracidad de la información ofrecida a todos los colaboradores	0	1	2	3	4
6	Prohíbe expresamente prácticas corruptas para la obtención de ventajas comerciales	0	1	2	3	4
DIFUSIÓN DE LOS PRINCIPIOS ÉTICOS EN LA EMPRESA						
1	Expone públicamente sus compromisos éticos por medio de material institucional o de manera adecuada a sus distintos grupos de interés	0	1	2	3	4
2	Orienta y educa regularmente a su personal en relaciona sus principios éticos	0	1	2	3	4
3	Incorpora en la evaluación y supervisión de los principios éticos a ejecutivos y empleados	0	1	2	3	4
4	Posee directivos que emprenden acciones concretas para difundir los	0	1	2	3	4



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social
de las Farmacias en Chillán

	principios éticos					
5	Registra las acciones y programas realizados en el área de la responsabilidad social	0	1	2	3	4
PRÁCTICA DE LOS PRINCIPIOS ÉTICOS CON LA COMPETENCIA						
1	Respetar la legislación referente a prácticas de precio y competencia	0	1	2	3	4
2	Discute internamente la postura de la organización frente a la competencia y busca un posicionamiento leal	0	1	2	3	4
3	Discute su postura, con los proveedores y clientes, sobre los temas relacionados a la competencia leal	0	1	2	3	4
4	Nunca ha sido denunciada y/o procesada por prácticas de competencia desleal	0	1	2	3	4
PRÁCTICA DE LOS PRINCIPIOS ÉTICOS CON PROVEEDORES						
1	Posee normas de uso interno para evaluar y seleccionar proveedores en base a factores de calidad, precio y plazo de entrega	0	1	2	3	4
2	Exige a sus proveedores el cumplimiento de la legislación comercial, laboral y previsional	0	1	2	3	4
3	Posee un código de ética que regule la relación entre proveedores y la compañía.	0	1	2	3	4
4	Exige a sus proveedores el cumplimiento de la legislación que prohíbe el trabajo infantil	0	1	2	3	4
5	Establece un plazo formal para que sus criterios de responsabilidad social sean cumplidos por sus proveedores	0	1	2	3	4
6	Utiliza criterios de negociación que permiten el crecimiento futuro de sus proveedores	0	1	2	3	4
7	Incluye entre sus proveedores grupos comunitarios locales (tales como cooperativas, asociaciones vecinales y proyectos de ayuda para desempleados)	0	1	2	3	4



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social
de las Farmacias en Chillán

PRÁCTICA DE PRINCIPIOS ÉTICOS CON PERSONAL SUBCONTRATADO						
1	Cumple con las obligaciones legales en relación al personal subcontratado	0	1	2	3	4
2	Exige a sus subcontratistas que garanticen el correcto cumplimiento de la legislación laboral al interior de su compañía	0	1	2	3	4
3	Ofrece al personal subcontratado beneficios básicos gozados por su personal regular, como transporte y alimentación	0	1	2	3	4
4	Integra al personal subcontratado en sus programas de capacitación y desarrollo profesional	0	1	2	3	4
PRÁCTICA DE PRINCIPIOS ÉTICOS CON EL GOBIERNO						
1	Posee procedimientos específicos de control y sanción de prácticas corruptas	0	1	2	3	4
2	Difunde una postura reconocida por el personal en cuanto a la prohibición de privilegios hacia funcionarios públicos	0	1	2	3	4
3	Mantiene procedimientos formales de auditoría, control y sanción de estas prácticas	0	1	2	3	4
4	Difunde el cumplimiento de las normas éticas en conjunto con los organismos públicos	0	1	2	3	4
5	Exige la denuncia a las autoridades superiores de toda oferta deshonestada recibida	0	1	2	3	4
PRÁCTICA DE PRINCIPIOS ÉTICOS CON SUS TRABAJADORES.						
1	Todos los integrantes de comisiones de los empleados son electos por los trabajadores sin interferencia de la compañía	0	1	2	3	4
2	La compañía posee políticas y mecanismos formales para oír, sugerencias y críticas de los empleados con el objetivo de agregar nuevos aprendizajes y conocimientos	0	1	2	3	4
3	Existe una política de valoración de la diversidad y no discriminación en el proceso de reclutamiento	0	1	2	3	4



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social
de las Farmacias en Chillán

4	En la compañía se fomenta la reinserción laboral	0	1	2	3	4
5	Realiza encuestas para medir la satisfacción de los empleados en el lugar de trabajo	0	1	2	3	4
6	La compañía ofrece las condiciones justas que permita desarrollar el trabajo con dignidad	0	1	2	3	4
7	Evalúa periódicamente la rotación de empleados y tiene política para minimización y mejoría de ese indicador	0	1	2	3	4

Anexo 2

Resumen del procesamiento de los casos			
		N	%
Casos	Válidos	34	97,1
	Excluidos	1	2,9
	Total	35	100,0
a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.			

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,926	38



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

Anexo 3

Desarrollo de principios éticos		Cruz Verde	Ahumada	Dr. Simi	Red Farma	Santos	El León	Salcobrand	Promedio SI
1	Los principios éticos se encuentran por escrito	2,5	3,6	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0	3,7
2	Los principios éticos fueron elaborados considerando las necesidades del personal, socios y/o la comunidad	2,5	3,0	3,5	4,0	4,0	3,5	4,0	3,5
3	Los principios éticos contemplan la relación con sus distintos grupos de interés	2,5	2,6	3,3	4,0	4,0	4,0	3,5	3,4
4	En la evaluación del personal se incorpora mediante preguntas específicas el grado en que las conductas se ajustan a los principios y valores de la empresa	3,3	3,0	3,5	3,0	3,5	3,5	4,0	3,4
5	Define un compromiso de transparencia y veracidad de la información ofrecida a todos los colaboradores	2,5	2,7	4,0	4,0	3,5	3,7	4,0	3,5
6	Prohíbe expresamente prácticas corruptas para la obtención de ventajas comerciales	4,0	3,7	3,0	4,0	3,8	4,0	4,0	3,8
Promedio		2,9	3,1	3,5	3,8	3,8	3,8	3,9	3,5

Anexo 4

Tabla de contingencia Desarrollo de principios éticos

Recuento	Cargo			
	Químico Farmacéutico	Vendedor	Guardia de Seguridad	Asistente de logística
no aplica	28,9%	37,3%	0,0%	8,3%
muy en desacuerdo	2,2%	3,9%	0,0%	16,7%
leve desacuerdo	4,4%	2,9%	0,0%	25,0%
leve acuerdo	15,6%	13,7%	16,7%	33,3%
muy de acuerdo	48,9%	43,9%	83,3%	16,7%



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

Anexo 5

Difusión de principios éticos en la empresa		Cruz Verde	Ahumada	Dr. Simi	Red Farma	Santos	El León	Salcobrand	Promedio SI
1	Expone públicamente sus compromisos éticos por medio de material institucional o de manera adecuada a sus distintos grupos de interés	3,3	3,3	3,7	4,0	4,0	3,5	4,0	3,7
2	Orienta y educa regularmente a su personal en relaciona sus principios éticos	2,8	3,0	3,3	2,0	3,3	3,0	3,5	3,0
3	Incorpora en la evaluación y supervisión de los principios éticos a ejecutivos y empleados	2,3	3,3	3,7	3,0	3,0	3,5	4,0	3,3
4	Posee directivos que emprenden acciones concretas para difundir los principios éticos	3,0	2,6	3,0	4,0	4,0	1,5	3,0	3,0
5	Registra las acciones y programas realizados en el área de la responsabilidad social	2,7	2,6	3,3	2,0	3,0	3,5	3,5	2,9
Promedio		2,8	3,0	3,4	3,0	3,5	3,0	3,6	3,2

Anexo 6

Tabla de contingencia Difusión de los principios éticos

Recuento	Cargo			
	Químico Farmacéutico	Vendedor	Guardia de Seguridad	Asistente de logística
no aplica	30,7%	38,8%	20,0%	0,0%
muy en desacuerdo	2,7%	3,5%	0,0%	10,0%
leve desacuerdo	10,7%	8,2%	0,0%	70,0%
leve acuerdo	24,0%	20,0%	20,0%	20,0%
muy de acuerdo	32,0%	29,4%	60,0%	0,0%



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social
de las Farmacias en Chillán

Anexo 7

Practica de principios éticos con las competencia		Cruz Verde	Ahumada	Dr. Simi	Red Farma	Santos	El León	Salcobrand	Promedio SI
1	Respetar la legislación referente a prácticas de precio y competencia	3,5	2,8	3,8	4,0	4,0	4,0	3,0	3,6
2	Discute internamente la postura de la organización frente a la competencia y busca un posicionamiento leal	2,7	3,2	3,0	4,0	4,0	3,7	3,5	3,4
3	Discute su postura, con los proveedores y clientes, sobre los temas relacionados a la competencia leal	3,5	2,6	3,3	4,0	3,5	3,6	3,5	3,4
4	Nunca ha sido denunciada y/o procesada por prácticas de competencia desleal	1,0	2,0	4,0	4,0	4,0	4,0	2,0	3,0
Promedio		2,7	2,7	3,5	4,0	3,9	3,8	3,0	3,4

Anexo 8

Tabla de contingencia Práctica de principios éticos con la competencia

Recuento

	Cargo			
	Químico Farmacéutico	Vendedor	Guardia de Seguridad	Asistente de logística
no aplica	11,7%	20,6%	100,0%	12,5%
muy en desacuerdo	1,7%	4,4%	0,0%	12,5%
leve desacuerdo	15,0%	2,9%	0,0%	25,0%
leve acuerdo	15,0%	19,1%	0,0%	12,5%
muy de acuerdo	56,7%	52,9%	0,0%	37,5%



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

Anexo 9

Prácticas de principios éticos con los proveedores		Cruz Verde	Ahumada	Dr. Simi	Red Farma	Santos	El León	Salcobrand	Promedio o SI
1	Posee normas de uso interno para evaluar y seleccionar proveedores en base a factores de calidad, precio y plazo de entrega	4,0	3,0	3,0	0,0	3,7	3,7	3,0	3,4
2	Exige a sus proveedores el cumplimiento de la legislación comercial, laboral y previsional	4,0	3,3	3,0	0,0	4,0	3,7	4,0	3,7
3	Posee un código de ética que regule la relación entre proveedores y la compañía.	3,7	3,0	3,5	0,0	4,0	3,5	4,0	3,6
4	Exige a sus proveedores el cumplimiento de la legislación que prohíbe el trabajo infantil	4,0	4,0	3,0	0,0	4,0	4,0	4,0	3,8
5	Establece un plazo formal para que sus criterios de responsabilidad social sean cumplidos por sus proveedores	4,0	2,7	3,0	0,0	3,7	3,7	4,0	3,5
6	Utiliza criterios de negociación que permiten el crecimiento futuro de sus proveedores	3,5	2,7	2,5	0,0	4,0	3,7	3,0	3,2
7	Incluye entre sus proveedores grupos comunitarios locales (tales como cooperativas, asociaciones vecinales y proyectos de ayuda para desempleados)	3,0	2,0	2,5	0,0	0,0	4,0	1,5	2,6
Promedio		3,7	3,0	2,9	0,0	3,9	3,7	3,4	3,4

Anexo 10

Tabla de contingencia Práctica de principios éticos con la proveedores

Recuento

	Cargo			
	Químico Farmacéutico	Vendedor	Guardia de Seguridad	Asistente de logística
no aplica	48,6%	55,5%	100,0%	0,0%
muy en desacuerdo	1,0%	3,4%	0,0%	14,3%
leve desacuerdo	1,9%	3,4%	0,0%	28,6%
leve acuerdo	16,2%	11,8%	0,0%	21,4%
muy de acuerdo	32,4%	26,1%	0,0%	35,7%



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

Anexo 11

Prácticas de principios éticos con el personal subcontratado		Cruz Verde	Ahumada	Dr. Simi	Red Farma	Santos	El León	Salcobrand	Promedio SI
1	Cumple con las obligaciones legales en relación al personal subcontratado	3,0	3,3	4,0	0,0	3,8	3,7	4,0	3,6
2	Exige a sus subcontratistas que garanticen el correcto cumplimiento de la legislación laboral al interior de su compañía	3,3	3,4	4,0	0,0	4,0	4,0	3,5	3,7
3	Ofrece al personal subcontratado beneficios básicos gozados por su personal regular, como transporte y alimentación	3,5	3,5	4,0	0,0	3,3	4,0	3,0	3,6
4	Integra al personal subcontratado en sus programas de capacitación y desarrollo profesional	2,3	2,0	4,0	0,0	4,0	3,7	2,5	3,1
Promedio		3,0	3,1	4,0	0,0	3,8	3,8	3,2	3,5

Anexo 12

Tabla de contingencia Práctica de principios éticos con el personal subcontratado

Recuento

	Cargo			
	Químico Farmacéutico	Vendedor	Guardia de Seguridad	Asistente de logística
no aplica	38,30%	63,20%	50,00%	0,00%
muy en desacuerdo	3,30%	1,50%	0,00%	12,50%
leve desacuerdo	1,70%	2,90%	0,00%	12,50%
leve acuerdo	13,30%	14,70%	0,00%	37,50%
muy de acuerdo	43,30%	17,60%	50,00%	37,50%



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social
de las Farmacias en Chillán

Anexo 13

Prácticas de principios éticos con el gobierno	Cruz Verde	Ahumada	Dr. Simi	Red Farma	Santos	El León	Salcobrand	Promedio SI
1 Posee procedimientos específicos de control y sanción de prácticas corruptas	3,7	3,5	3,3	4,0	4,0	3,8	2,5	3,5
2 Difunde una postura reconocida por el personal en cuanto a la prohibición de privilegios hacia funcionarios públicos	2,0	2,3	3,3	4,0	4,0	3,6	3,5	3,3
3 Mantiene procedimientos formales de auditoria, control y sanción de estas prácticas	4,0	3,3	4,0	4,0	0,0	3,8	4,0	3,8
4 Difunde el cumplimiento de las normas éticas en conjunto con los organismos públicos	3,8	2,8	3,8	4,0	0,0	3,8	3,0	3,5
5 Exige la denuncia a las autoridades superiores de toda oferta deshonesta recibida	2,7	3,7	3,8	4,0	0,0	4,0	4,0	3,7
Promedio	3,2	3,1	3,6	4,0	4,0	3,8	3,4	3,6

Anexo 14

Tabla de contingencia Práctica de principios éticos el gobierno

Recuento

	Cargo			
	Químico Farmacéutico	Vendedor	Guardia de Seguridad	Asistente de logística
no aplica	28,00%	42,40%	100,00%	0,00%
muy en desacuerdo	4,00%	3,50%	0,00%	0,00%
leve desacuerdo	2,70%	1,20%	0,00%	10,00%
leve acuerdo	12,00%	11,80%	0,00%	40,00%
muy de acuerdo	53,30%	41,20%	0,00%	50,00%



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán

Anexo 15

Prácticas de principios éticos con sus trabajadores		Cruz Verde	Ahumada	Dr. Simi	Red Farma	Santos	El León	Salcobrand	Promedio SI
1	Todos los integrantes de comisiones de los empleados son electos por los trabajadores sin interferencia de la compañía	2,3	2,7	4,0	4,0	4,0	3,3	1,5	3,1
2	La compañía posee políticas y mecanismos formales para oír, sugerencias y críticas de los empleados con el objetivo de agregar nuevos aprendizajes y conocimientos	3,0	2,8	4,0	3,7	4,0	3,9	3,5	3,5
3	Existe una política de valoración de la diversidad y no discriminación en el proceso de reclutamiento	3,8	3,5	4,0	4,0	4,0	3,8	3,5	3,8
4	En la compañía se fomenta la reinserción laboral	2,7	3,0	3,0	4,0	4,0	3,2	3,5	3,3
5	Realiza encuestas para medir la satisfacción de los empleados en el lugar de trabajo	2,7	2,7	3,3	4,0	1,0	2,8	4,0	2,9
6	La compañía ofrece las condiciones justas que permita desarrollar el trabajo con dignidad	3,3	3,0	3,3	2,7	3,5	4,0	4,0	3,4
7	Evalúa periódicamente la rotación de empleados y tiene política para minimización y mejoría de ese indicador	3,7	2,7	2,7	3,0	0,0	4,0	4,0	3,3
Promedio		3,0	2,9	3,5	3,6	3,4	3,6	3,4	3,3

Anexo 16

Tabla de contingencia Práctica de principios éticos con sus trabajadores

Recuento

	Cargo			
	Químico Farmacéutico	Vendedor	Guardia de Seguridad	Asistente de logística
no aplica	21,9%	41,2%	42,9%	0,0%
muy desacuerdo	9,5%	1,7%	0,0%	14,3%
leve desacuerdo	5,7%	2,5%	14,3%	42,9%
leve acuerdo	13,3%	16,8%	28,6%	21,4%
muy de acuerdo	49,5%	37,8%	14,3%	21,4%



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social
de las Farmacias en Chillán

Anexo 17

Prácticas éticas de las farmacias	Cruz Verde	Ahumada	Dr. Simi	Red Farma	Santos	El León	Salcobrand	Promedio SI
Desarrollo de principios éticos	2,9	3,1	3,5	3,8	3,8	3,8	3,9	3,5
Difusión de principios éticos	2,8	3,0	3,4	3,0	3,5	3,0	3,6	3,2
Prácticas de principios éticos con la competencia	2,7	2,7	3,5	4,0	3,9	3,8	3,0	3,4
Prácticas de principios éticos con los proveedores	3,7	3,0	2,9	0,0	3,9	3,7	3,4	3,4
Prácticas de principios éticos con el personal subcontratado	3,0	3,1	4,0	0,0	3,8	3,8	3,2	3,5
Prácticas de principios éticos con el gobierno	3,2	3,1	3,6	4,0	4,0	3,8	3,4	3,6
Prácticas de principios éticos con sus trabajadores	3,0	2,9	3,5	3,6	3,4	3,6	3,5	3,4
Promedio Prácticas de principios éticos	3,0	3,0	3,5	3,7	3,7	3,7	3,4	3,4



Comportamiento ético desde la óptica de la Responsabilidad Social de las Farmacias en Chillán