



Vicerrectoría de Postgrado

**Trabajo Final para optar por el Título de
Maestría en Gerencia de la Comunicación Corporativa**

**“Propuesta de diseño e implementación de programa de
responsabilidad social corporativa para el Centro de
Exportación e Inversión de la República Dominicana
(CEI-RD)”.**

Sustentante:

Adys Puello Cruz

2006-2390

Asesora:

Alicia Álvarez

Santo Domingo, Distrito Nacional

Abril, 2015

RESUMEN

El presente documento consiste en la descripción de una propuesta de programa de responsabilidad social corporativa para el Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana (CEI-RD), dirigido a los estudiantes de la licenciatura de Negocios Internacionales de las universidades nacionales; el cual está basado en pasantías en dicha institución, con el objetivo de consolidar los conocimientos adquiridos por los alumnos en materia de promoción y fomento de exportaciones y atracción de inversiones. Asimismo, abarca los temas de responsabilidad social corporativa (RSC), como su concepto, los antecedentes, su importancia e impacto, sus principios, las normas o guías elaboradas a nivel internacional en torno a su aplicación dentro de las organizaciones, así como algunos programas implementados por entidades nacionales en diversos sectores.

ÍNDICE

RESUMEN.....	ii
AGRADECIMIENTOS.....	vii
INTRODUCCION	1
CAPITULO I. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA.....	5
1.1 Concepto de Responsabilidad Social Corporativa.....	6
1.2 Antecedentes de la responsabilidad social corporativa (RSC)	8
1.3 Principios de la Responsabilidad Social	12
1.4 Importancia e impacto de la responsabilidad social corporativa	16
1.5 Normas Internacionales de Responsabilidad Social.....	21
1.6 Programas de responsabilidad social implementados en organizaciones nacionales.	23
CAPITULO 2. DISEÑO DE PROGRAMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA PARA EL CEI-RD	32
2.1 Antecedentes.....	32
2.2 Objetivos del programa de responsabilidad social corporativa	35
2.3 Filosofía Corporativa del CEI-RD.....	36
2.4 Estructura del CEI-RD	38
2.5 Grupos de Interés del CEI-RD.....	39
2.6 Estrategia	41
2.7 Diseño del programa de pasantías para estudiantes de Negocios Internacionales en el CEI-RD.	42
2.7.1 Descripción del Programa	42
2.7.2 Proceso de convocatoria y selección	43
2.7.3 Evaluaciones	45
2.7.4 Entrega de certificados y reconocimientos	46
2.7.5 Retribución	46

2.7.6 Compromisos	46
2.7.7 Alianzas con entidades públicas y privadas	47
2.7.8 Agenda de Trabajo	48
2.7.9 Cronograma	58
2.7.10 Presupuesto	59
CONCLUSIONES	62
RECOMENDACIONES	66
BIBLIOGRAFIA	68
Anexo 1. Anteproyecto	77
Anexo 2. Aspectos institucionales del CEI-RD	99
Anexo 3. Instituciones públicas y privadas relacionadas al comercio exterior de la República Dominicana	112
Anexo 4. Formato de encuesta	118
Anexo 5. Modelo del cuestionario para entrevista	120
Anexo 6. Resultados de las encuestas realizadas	121
Anexo 7. Glosario	126

LISTA DE TABLAS

Tabla No. 1. Escala de calificaciones.....	45
Tabla No. 2. Plan de acción programa de pasantías.....	58
Tabla No. 3. Presupuesto programa de pasantías.....	59

LISTA DE FIGURAS

Figura No. 1. Principios de la Responsabilidad Social.....	12
Figura No. 2. Pirámide de la responsabilidad social corporativa "The Pyramid of Corporate Social Responsibility"	14
Figura No. 3. Programa del Taller de Capacitación – Día 1.....	50
Figura No. 4. Programa del Taller de Capacitación – Día 2.....	51
Figura No. 5. Programa del Taller de Capacitación – Día 3.....	52
Figura No. 6. Programa del Taller de Capacitación – Día 4.....	53

AGRADECIMIENTOS

A Dios.

A mis padres y hermanos.

Al Ministerio de Educación Superior, Ciencia y Tecnología (MESCYT), en la persona de la Dra. Ligia Amada Melo de Cardona, por otorgarme el beneficio de una beca para cursar esta maestría.

A los funcionarios del CEI-RD, por la colaboración brindada.

A mis amigos y relacionados que siempre estuvieron pendientes de este proceso.

¡A todos, muchas gracias!

INTRODUCCION

La responsabilidad social corporativa (RSC) es una tendencia que desde hace años están adoptando las empresas e instituciones en el país y en todo el mundo, con el objetivo de tomar participación en las necesidades sociales y medioambientales que se presentan en la sociedad.

Este compromiso, compete tanto al sector privado como al gubernamental, permitiendo a las organizaciones colaborar con sectores que demandan asistencia; lo cual tiene un efecto positivo ante sus diferentes públicos, interno y externo, en virtud de que esta responsabilidad conlleva un cambio en la gestión de las entidades.

Los programas de RSC que se están estableciendo van dirigidos a diferentes sectores, como son la educación, la salud, el medio ambiente, la cultura, el desarrollo personal o profesional, entre otros; atendiendo en muchos casos a la naturaleza de la organización y a sus grupos de interés.

En el capítulo I del presente documento, se muestran aspectos claves sobre la responsabilidad social corporativa (RSC), también conocida como responsabilidad social empresarial (RSE); como la definición que diversos autores han establecido sobre este término a través de los años, sus antecedentes, así como los principios que deben regir la conducta de las organizaciones para la efectiva aplicación de la RSC.

De igual forma, se abarca el impacto y la importancia de emprender programas de responsabilidad social en las instituciones, incluyendo las

normas o guías que se han definido a nivel internacional, a fin de que las organizaciones cuenten con un marco de referencia al momento de implementar dichos programas; como la norma internacional voluntaria ISO 26000, la cual proporciona orientación sobre los principios y materias profesionales de responsabilidad social para integrar un comportamiento socialmente responsable en cualquier entidad.

Adicional a estos temas, se incluye la descripción de algunos programas de responsabilidad social emprendidos por empresas nacionales, como la Asociación Popular de Ahorros y Préstamos (APAP), que cuenta con programas que han sido reconocidos a nivel local e internacional; el Grupo Corporativo Rica, a través de la Fundación Rica, cuyos proyectos benefician a diversos sectores de la sociedad; y el Grupo Propa-Gas, que mediante la Fundación Propa-Gas, fortalece su compromiso de sensibilizar y educar a la población sobre el cuidado del medio ambiente, por medio de programas educativos, culturales y proyectos de conservación.

En el capítulo II, se presenta una propuesta de programa de responsabilidad social corporativa, para el Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana (CEI-RD), acorde a la naturaleza de la institución, la cual consiste en pasantías profesionales para los estudiantes de Negocios Internacionales de las universidades nacionales.

En el caso del CEI-RD, institución encargada de la promoción y fomento de las exportaciones dominicanas y atracción de inversión extranjera directa, durante algunos años ha demostrado interés en colaborar en algunas causas sociales, como lo son el proyecto “Quisqueya Aprende Contigo”, impulsado por la Presidencia de la República, los programas y actividades del

Despacho de la Primera Dama, como el "Programa Mujeres Saludables" y "La Concienciación Mundial del Autismo", entre otros.

No obstante, actualmente, la misma no cuenta con programas definidos de RSC, que dirijan esfuerzos en beneficio o apoyo de la comunidad o la población en general; aunque está en proceso de evaluación de diferentes opciones para emprender proyectos sociales en un futuro cercano.

Tomando en cuenta que el Gobierno del Presidente Danilo Medina, desde sus inicios se ha comprometido con la educación y la generación de empleos dignos para los jóvenes dominicanos, y el auge que ha tenido la licenciatura de Negocios Internacionales en el país, cuyo programa de estudio exige la realización de pasantías y a la fecha solo es impartida por dos universidades a nivel local, la Universidad APEC y el Instituto Tecnológico de Santo Domingo (INTEC); el CEI-RD podría colaborar directamente con dichos centros educativos mediante la creación de un programa de pasantías que aporte conocimientos y experiencia directa en relación a los proyectos y actividades que se llevan a cabo en esta institución que promueve el comercio exterior.

El establecimiento de estas prácticas en el marco de un programa de responsabilidad social corporativa, que esté en consonancia con la naturaleza de la entidad, permitiría que el CEI-RD contribuya a complementar y afianzar los conocimientos obtenidos en las aulas, mejorando las competencias, habilidades y competitividad de estos alumnos y futuros profesionales, lo cual impactaría directamente en su desarrollo laboral y personal.

En ese sentido, se utilizaron los métodos de investigación cualitativo y cuantitativo, y técnicas como la encuesta y la entrevista, cuyos resultados han permitido la concepción de la propuesta de programa de responsabilidad social para el CEI-RD, la cual abarca los aspectos claves para el establecimiento de pasantías profesionales para los estudiantes de Negocios Internacionales en la organización, incluyendo el proceso de difusión, convocatoria y selección, los compromisos asumidos por la entidad y los participantes, la agenda de trabajo, el plan de acción, entre otros detalles.

CAPITULO I. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

La responsabilidad social corporativa (RSC) o responsabilidad social empresarial (RSE), es un término utilizado para definir el compromiso que actualmente están asumiendo las empresas y organizaciones a nivel mundial con la propia entidad, sus empleados y relacionados, el medio ambiente y la sociedad.

Este tema ha tomado gran relevancia con el tiempo, ya que este compromiso, no solo se limita a la actuación ética y responsable de una empresa, sino que su alcance es cada vez mayor, debido a que lleva a la organización a una participación más activa, invirtiendo recursos económicos y humanos para realizar aportes en beneficio de algún sector de la sociedad, maximizando su efecto positivo sobre la comunidad en la que opera.

Al ser las organizaciones entes sociales, formadas por capital humano, es importante destacar la responsabilidad social individual, teniendo en cuenta que cada persona, asume ciertos comportamientos y compromisos, consigo misma y con su entorno; por tanto, cuando una empresa establece un programa de RSE, debe ser transmitido a sus empleados, a fin de que los mismos se sientan parte importante y ejecuten las acciones que deben llevarse a cabo para la consecución de los objetivos propuestos.

Por esta razón, la RSE no solo se limita a acciones puntuales, sino que debe ser integrada en la estrategia de la empresa, puesto que la misma conlleva una revolución en la gestión, induciendo cambios en la comunicación corporativa, a nivel interno y externo, incidiendo en los

diferentes públicos, siendo un factor determinante en la obtención de una favorable reputación corporativa, en la generación de credibilidad, mejora del clima laboral e incremento de la fidelidad del recurso humano hacia la organización (Mouriz, J., 2007).

En ese sentido, en la actualidad las empresas no solo se preocupan por su rentabilidad, sino que también se involucran con sectores que demandan asistencia en la comunidad; resultando beneficioso para la sociedad y la organización, al tiempo que genera una imagen positiva de la entidad ante sus grupos de interés.

1.1 Concepto de Responsabilidad Social Corporativa

El término Responsabilidad Social Corporativa (RSC) o Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ha sido conceptualizado por diversos autores, en procura de establecer una definición que englobe el compromiso que en la actualidad están asumiendo las organizaciones ante la sociedad.

A pesar de no existir un concepto único, la mayoría abarca temas como la preocupación por el comportamiento ético de la empresa, el impacto que tiene la misma sobre el medioambiente, el desarrollo comunitario y la relación con sus grupos de interés.

En este sentido, se puede resaltar el concepto que Martínez (2005) ofrece sobre la responsabilidad social corporativa, la cual define como “el compromiso que ésta tiene de contribuir con el desarrollo, bienestar y el

mejoramiento de la calidad de vida de los empleados, sus familias y la comunidad en general.” Asimismo, agrega que es la capacidad de valorar las consecuencias que tienen en la sociedad las acciones y decisiones que se toman para lograr los objetivos y metas propias de las organizaciones. (Martínez, 2005, Pág. 31).

Este concepto abarca la responsabilidad asumida por la empresas con sus grupos de interés, a lo interno y externo, como son los empleados, parte fundamental de cualquier entidad, a los cuales se debe forjar el sentido de colaboración y pertenecía hacia la organización, así como a sus familiares y relacionados.

Asimismo, a la comunidad en general, ya que colaborando con el desarrollo y la calidad de vida de los integrantes de la misma, se está contribuyendo grandemente a que la región en la que opera sea mejor; no limitándose solamente a generar recursos económicos para satisfacer a los inversionistas y tener solvencia, sino dedicándose a apoyar a los demás miembros de la sociedad.

Otros conceptos de responsabilidad social (RS), asumen la ética empresarial, definida como “los principios y normas que determinan la conducta aceptable en una empresa”, la cual es determinada por los clientes, competidores, autoridades reguladoras, los grupos de interés y el público, así como los valores y los principios morales de cada individuo. (Ferrell, Hirt y Ferrell, 2010, Pág. 37).

Esta idea también la plantea la Norma Internacional ISO 26000, Guía de Responsabilidad Social (2010), al definir el concepto de RS, especificando que la misma es la “responsabilidad de una organización ante los impactos

que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y en el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente que contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad; tome en consideración las expectativas de las partes interesadas; cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento, y esté integrada en toda la organización" (ISO 26000, 2010).

Este concepto, abarca desde un sentido amplio el alcance de la RSC, refiriéndose al impacto que las actividades que realiza determinada empresa tienen sobre la sociedad.

En ese tenor, se puede afirmar que esta responsabilidad tiene un impacto muy positivo en la sociedad, ya que gracias a que las empresas destinan recursos para diversas causas sociales, algunos sectores pueden ser impulsados y la calidad de vida de los miembros de diferentes comunidades puede ser mejorada.

1.2 Antecedentes de la responsabilidad social corporativa (RSC)

La responsabilidad social se refiere a una tendencia que cada día están adoptando las organizaciones alrededor del mundo, en beneficio del propio negocio y de la sociedad.

Anteriormente, los directivos de las empresas solo se preocupaban por generar utilidades, sin detenerse a evaluar el impacto de sus operaciones. Pero con el tiempo, empezaron a realizar acciones filantrópicas, vislumbrando el efecto y las implicaciones sociales de sus actividades.

Cuando se trata sobre el origen de la responsabilidad social, se mencionan diversos autores, que tratan de explicar los antecedentes de este concepto. Como indican Correa, Flynn y Amit (2004) en el texto Responsabilidad Social en América Latina: una visión empresarial, "La responsabilidad social del empresario es un tema presente en la región desde principios del siglo XX, aunque el vínculo tradicionalmente reconocido como la primera relación entre la empresa y la sociedad es la filantropía -una acción de caridad de la empresa hacia su comunidad-". (Correa et al., 2004, Pág.7).

Por su parte, autores como Bull (2004), citan a Melling y Jensen (2002), haciendo referencia a las informaciones sobre la gestión empresarial encontradas en los archivos de los Estados Unidos entre los años 1950 y 1960; también hacen referencia a Bowen (1953) y a Davis (1963), ya que en esa época la responsabilidad social fue considerada como una obligación moral y una responsabilidad personal del dueño de la empresa.

Algunos autores indican que la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) tiene su origen a partir del libro de Howard Bowen (1953), titulado "Social Responsibility of the Business Man". Seguí Alcaráz (2010) describe que a partir de este libro, Carroll (1999), postula a Bowen como el padre de la RSE, y que esta publicación inició lo que este último llamó el período moderno de literatura sobre el tema, "fijando la postura inicial de lo que se convertiría en un largo debate sobre la naturaleza de las responsabilidades empresariales". (Seguí Alcaráz, 2010, Pág. 8).

Seguí Alcaráz (2010) destaca que Bowen (1953), definió la Responsabilidad Social de los "Hombres de negocios" (Businessmen) como

aquella que se refiere a las obligaciones de estos "de perseguir aquellas políticas, o seguir aquellas líneas de acción que son deseables en términos de los objetivos y valores de nuestra sociedad". (Seguí Alcaráz, 2010, Pág. 8).

Por su parte, Capriotti y Schulze (2010) también mencionan a Carroll (1979), que "establecía claramente la responsabilidad económica de las organizaciones hacia sus propietarios/accionistas y las responsabilidades legales en relación con las normativas vigentes, pero también indicaba claramente que las responsabilidades de las empresas debían ir más allá de las responsabilidades legales y económicas, para asumir también un conjunto de compromisos sociales y medioambientales de las organizaciones". (Capriotti y Schulze, 2010, Pág. 18).

Dentro de los antecedentes de la RSE se introduce el concepto de ciudadanía corporativa, definido por Ferrell et al., (2009) como "la medida en que las empresas cumplen con las responsabilidades legales, éticas, económicas y voluntarias que los grupos de interés han depositado en ellas. Abarca las actividades y los procesos organizacionales adoptados por las organizaciones para cumplir con sus responsabilidades sociales". (Ferrell et al., 2009, Pág. 50).

Por otra parte, en el texto "La Responsabilidad Social Corporativa", Antona et al. (2008), establecen que desde la década de los 90 hasta nuestros días, han aparecido nuevos desarrollos teóricos sobre la responsabilidad social corporativa y distintas instituciones internacionales, como la Comisión Europea, las Naciones Unidas (ONU) y la Organización Internacional del Trabajo (OIT), que han hecho aportaciones a este concepto, iniciándose un proceso de institucionalización.

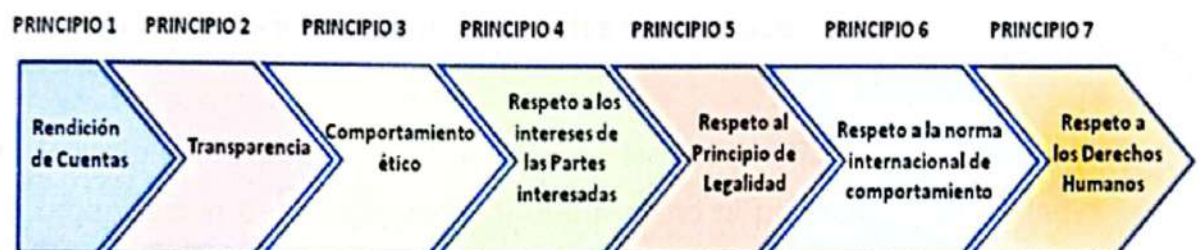
En este sentido, y "atendiendo a que en las últimas décadas se han dado pasos importantes a nivel mundial en materia de derechos humanos, sociales y medioambientales, algunos de los que pueden ser considerados como precursores de la RSC, son los siguientes:

- Declaración Universal de Derechos Humanos (1948)
- Eliminación del trabajo infantil en Europa (entre 1850 y 1920)
- Aparición de los fondos éticos (años 50)
- Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales (1975)
- Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer (1979)
- Convención sobre los Derechos del Niño de la ONU (1989)
- Carta de la Tierra (1997)
- Declaración de la OIT relativa a los principios y derechos fundamentales en el trabajo (1998)
- Pacto Mundial (2000)
- Objetivos del Milenio (2000)
- Cumbre de Johannesburgo (2002)" (Antona et al. 2008, Pág. 3)

1.3 Principios de la Responsabilidad Social

La norma internacional voluntaria ISO 26000:2010, Guía sobre responsabilidad social (2010), establece una serie de principios que deberían regir la conducta de las empresas, para la efectiva aplicación de la responsabilidad social, los cuales se especifican a continuación:

Figura No. 1. Principios de la Responsabilidad Social.



Nota. Tomado de "Nueva Norma ISO 26000:2010 Responsabilidad social". Por M, Romero, 2010, Global Standards Certification.

- **Principio 1. Rendición de cuentas:** Consiste en que una organización debería rendir cuentas ante las autoridades competentes, por sus impactos en la sociedad, la economía y el medio ambiente y las acciones tomadas para prevenir la repetición de impactos negativos involuntarios e imprevistos.
- **Principio 2. Transparencia:** se refiere a que una organización debería ser transparente en sus decisiones y actividades que impacten a la sociedad y el medio ambiente.

- **Principio 3. Comportamiento ético:** Consiste en que el comportamiento de una organización debería basarse en los valores de la honestidad, equidad e integridad, los cuales implican el respeto por las personas, animales y medio ambiente y el compromiso de tratar el impacto de sus actividades y decisiones de sus partes interesadas.
- **Principio 4. Respeto a los intereses de las partes interesadas:** se refiere a que una organización debería respetar, considerar y responder a los intereses de sus partes interesadas.
- **Principio 5. Respeto al principio de legalidad:** Radica en que una organización debería aceptar que el respeto al principio de legalidad es obligatorio; el cual se refiere a la supremacía del derecho y, en particular a la idea de que ningún individuo u organización está por encima de la ley y de que los Gobiernos están también sujetos a la ley. El respeto a este principio implica que una organización cumple con todas las leyes y regulaciones aplicables.
- **Principio 6. Respeto a la norma internacional de comportamiento:** Consiste en que la organización debería respetar la normatividad internacional de comportamiento, a la vez que acatar el principio de respeto de legalidad.
- **Principio 7. Respeto a los derechos humanos:** Radica en que una organización debería respetar los derechos humanos y reconocer tanto su importancia como su universalidad. Una organización debería promover el respeto de los derechos humanos y evitar beneficiarse de

esas situaciones cuando la ley o su implementación no proporcionen la protección adecuada.

Pirámide de la Responsabilidad Social

En relación a los principios de la RSE, Ferrell et al. (2009) resaltan que la responsabilidad social tienen cuatro (4) dimensiones: económica, legal, ética y voluntaria. Este planteamiento lo realizan partiendo de la descripción de responsabilidad social de Carroll (1979) de acuerdo a estos cuatro tipos de obligaciones.

En 1991, Carroll ofrece una formulación más completa, representando dichas responsabilidades a través de una pirámide de cuatro niveles, que detalla las obligaciones, iniciando con las económicas:

Figura No. 2. Pirámide de la responsabilidad social corporativa “The Pyramid of Corporate Social Responsibility” de A.B. Carroll (1991).



Nota. Tomado de "Introducción a los negocios en un mundo cambiante" (P. 50), por Ferrell et al., 2009, México. McGRAW HILL/INTERAMERICANA EDITORES.

A continuación se definen las responsabilidades detalladas por A.B. Carroll (1991):

- **Responsabilidades económicas:** Es la obligación de contribuir a la creación de riqueza y de los productos y servicios que la sociedad necesita, al tiempo de que la empresa genere rentabilidad. La misma es la base, de la cual deben apoyarse las demás responsabilidades.
- **Responsabilidades legales:** Se refiere al respeto a las leyes y regulaciones (códigos de la sociedad que definen lo correcto e incorrecto).
- **Responsabilidades éticas:** representan esos patrones, normas o expectativas que reflejan una preocupación por lo que los consumidores, empleados, accionistas y la comunidad consideran justo, equitativo, o de acuerdo con el respeto y protección de los derechos morales de las partes interesadas.
- **Responsabilidades voluntarias o filantrópicas:** Abarcan aquellas acciones corporativas que se realizan en respuesta a las expectativas de la sociedad de que las empresas sean buenos ciudadanos corporativos. Esto incluye la participación activa en actos o programas para promover el bienestar o la buena voluntad humana.

En este sentido, la ciudadanía corporativa se concibe en la medida en que las empresas cumplen con estas obligaciones que los grupos de interés han depositado en ellas. (Ferrell, et al., 2009).

Cabe destacar que estos conceptos se refieren al impacto que las actividades que realiza determinada organización tienen sobre la sociedad. Ya que las empresas por si mismas se preocupan por la generación de ganancias y el cumplimiento a las leyes; pero las cuestiones voluntarias, a pesar de no tener carácter obligatorio, fomentan el bienestar humano y el prestigio, mejorando la percepción que los empleados y el público externo tienen de la entidad.

1.4 Importancia e impacto de la responsabilidad social corporativa

Hoy en día, las organizaciones no solo se preocupan por su rentabilidad y por operar de manera ética y responsable; ya que adicional a esto, se han ido involucrando cada vez más en las preocupaciones sociales y medioambientales de la comunidad en la que operan o de la sociedad en general; lo que ha permitido que destinen esfuerzos y recursos para satisfacer necesidades existentes en diversos sectores, a través de la puesta en marcha de programas de responsabilidad social corporativa; una tendencia que desde hace años se ha ido implantando a nivel mundial.

Cuando se habla de responsabilidad social corporativa (RSC), se tienen en cuenta algunos aspectos comunes, que definen este compromiso asumido por las organizaciones en beneficio de la sociedad y la comunidad, como son la relevancia social de una empresa, la gestión de efectos que genera la entidad sobre las personas, las comunidades y el medio ambiente y la consulta y comunicación con los públicos interesados sobre este asunto (Correa, et al., 2004, Pág. 16).

En el documento Responsabilidad Social Corporativa: una visión empresarial, preparado para la Dirección de Desarrollo Sostenible y Asentamientos Humanos de la Comisión Económica para América Latina y El Caribe (CEPAL), Correa, et al. (2004), establecen siete (7) temas claves en materia de RSE, los cuales se detallan a continuación:

1. **Ética, valores y principios de los negocios:** la ética corporativa ha pasado del énfasis tradicional en el mero cumplimiento de las exigencias legales hacia el compromiso de un comportamiento ético basado en valores, los cuales deben comunicar los compromisos de una empresa y reflejar la forma cómo establece sus relaciones con los públicos interesados. Entre esos valores éticos se destacan la honestidad, la integridad, el respeto, la transparencia y la apertura.
2. **Derechos humanos, trabajo y empleo:** Los estándares de trabajo de la OIT formulados en 1919 y la Declaración Universal de Derechos Humanos de las Naciones Unidas se consideran la base. Los cuatro principios fundamentales de la OIT y del derecho al trabajo son:
 - El respeto por libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho de negociación colectiva;
 - La eliminación de todas las formas de trabajo forzado u obligatorio;
 - La abolición efectiva del trabajo infantil, y
 - La eliminación de cualquier discriminación con respecto al empleo.
3. **Gobernabilidad corporativa:** Se refiere al sistema de reglas y prácticas que dirigen y controlan las empresas. Este define la distribución de derechos y responsabilidades entre los diferentes actores relacionados con las empresas —junta directiva, accionistas,

administradores, y otros públicos interesados—, así como las reglas y procedimientos para tomar decisiones. Los sistemas de gobernabilidad permiten la transparencia, la justicia, y la rendición de cuentas que son un pre-requisito para la integridad y la credibilidad de los mercados.

4. **Impactos sobre el medio ambiente:** La administración del impacto ambiental directo de las empresas se ha enfocado, tradicionalmente, a la administración del uso de los recursos naturales, el control de la contaminación, el manejo de los desechos, y la gestión del ciclo de vida de los productos.

Actualmente se busca que las empresas vayan más allá de la mera administración de sus impactos ambientales y que reconozcan cómo dichos impactos inciden en los problemas ambientales y sociales del entorno. A las compañías se les insta entonces a participar activamente en los asuntos relacionados con salud pública, acceso al agua potable, saneamiento básico, vivienda, alimentación y transporte, tanto para sus empleados como para las comunidades. Además, la RSC motiva a las compañías a reconocer y manejar su rol en los problemas ambientales globales, tales como el cambio climático y el deterioro de la biodiversidad.

5. **Relaciones con proveedores:** La RSC motiva a las empresas a descubrir de qué manera sus negocios generan efectos sobre todo el ciclo de producto o cadena de valor, desde el proveedor de materia prima hasta el consumidor final. Algunas compañías han tomado la delantera al establecer estándares sociales y ambientales y sistemas de monitoreo para sus proveedores.

6. Filantropía e inversión social: La responsabilidad social motiva a las compañías a descubrir formas innovadoras de vincularse solidariamente con las comunidades, tales como la adquisición directa de materiales y servicios disponibles en el medio, el subcontrato laboral y otras prácticas similares que coadyuven al bienestar económico y social de las comunidades vecinas.

7. Transparencia y rendición de cuentas: La RSC insta a las compañías a asegurarse de que todos los niveles de la jerarquía de la empresa —desde los empleados hasta la junta directiva— adopten los valores y principios establecidos y se responsabilicen de su cumplimiento. Parte de la responsabilidad de rendir cuentas consiste en proporcionar los medios adecuados para que la gran mayoría de los públicos interesados en la empresa puedan verificar, tanto externa como internamente, los resultados reportados.

Es propicio destacar que el establecimiento de programas de RSC como parte de las estrategias de las empresas, no solo beneficia al sector o la causa en la que una entidad tenga interés en apoyar, sino a toda la empresa, ya que esta involucra un cambio en la dirección de la organización, impactando así a sus diferentes públicos.

En este sentido, entre los beneficios generados por la responsabilidad social corporativa, se pueden destacar los siguientes:

- Mejora de la reputación de la organización, generando confianza, credibilidad y mayor aceptación ante sus públicos.

- Produce mejoras en la gestión, ya que la misma resulta de un enfoque estratégico.
- Mejora el clima laboral de la organización, mantiene la motivación y compromiso de los empleados. Estos son parte importante de que los programas y proyectos sociales que se emprendan se lleven a cabo con éxito.
- Genera mayor competitividad con otras empresas del mercado.
- Mejora el desempeño financiero.

Tomando esto en cuenta, se resalta el concepto de RSC del Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF), que la define como “la responsabilidad de una empresa en cuanto al impacto de sus actividades sobre el medio ambiente, los consumidores, los empleados, las comunidades, los actores y todos los demás miembros del ámbito público”. (UNICEF, 2014).

Con la finalidad de minimizar el efecto negativo de sus operaciones, las empresas de hoy en día han identificado diversos sectores donde pueden enfocar sus programas de RSE para realizar acciones en beneficio de sus grupos de interés. Tomando esto en cuenta, es importante que dichos programas vayan acorde al impacto que produce la empresa ante los mismos, atendiendo a la naturaleza de la entidad y a su razón de ser.

Entre los principales sectores que forman parte de los planes de RSC de las empresas se destacan el medio ambiente, la salud, la educación, el deporte, la cultura, los derechos humanos, la vivienda, el desarrollo rural, el involucramiento comunitario, el ambiente laboral, el desarrollo personal y familiar, entre otros. No obstante, las entidades están en la completa libertad

de decidir la mejor estrategia para aportar mediante la forma que entiendan más conveniente.

El hecho de que las empresas se involucren en causas sociales, es tan importante, que a través de estudios se ha comprobado que los consumidores prefieren adquirir productos o servicios de empresas socialmente responsables que de otras que no lo son, haciendo a las que desarrollan acciones de RSC más competitivas.

1.5 Normas Internacionales de Responsabilidad Social

La responsabilidad social corporativa es un tema de gran relevancia, al momento de definir y establecer las estrategias para dirigir los negocios en la actualidad, ya que cada día aumenta el número de empresas que están adoptando programas de RSC alrededor del mundo.

En ese tenor, se han consolidado diversas directrices, normas y guías internacionales, a fin de tener un marco de referencia al momento de poner en marcha planes de responsabilidad social en las empresas, que permitan generar un comportamiento ético y responsable por parte de las mismas.

Este es el caso de organizaciones internacionales como la Comisión de las Comunidades Europeas, con el Libro Verde, AccountAbility, con el marco AA1000, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), el Business for Social Responsibility (BSR), SustainAbility, el World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), la Global Reporting Initiative (GRI), entre otros; que elaboran guías de carácter

voluntario para una adecuada implementación de la responsabilidad social corporativa.

No obstante, a pesar de contar con gran cantidad de guías y recomendaciones sobre la implementación y ejecución de este tipo de programas, a nivel mundial se ha puesto en marcha la norma internacional voluntaria, ISO 26000:2010, Guía sobre responsabilidad social, publicada en el año 2010, por la Organización Internacional de Estandarización (ISO).

La misma "proporciona orientación sobre los Principios y Materias Fundamentales de Responsabilidad Social que ayudan a integrar un comportamiento socialmente responsable en cualquier organización del sector privado, público y sin fines de lucro, independientemente si son grandes, medianas o pequeñas y operan en países desarrollados o en países en desarrollo". (Romero, 2010, Pág. 1).

La ISO 26000 pretende ayudar a las organizaciones a contribuir al desarrollo sostenible. No es una norma de sistema de gestión, por lo que no pretende servir para propósitos de certificación o uso regulatorio o contractual, sino que es de carácter voluntario (ISO, 2010, Pág. 3 y 4).

La Organización Internacional de Estandarización (ISO) cuenta con miles de normas que proveen a las empresas, el gobierno y la sociedad de herramientas prácticas en las tres dimensiones del desarrollo sostenible: económica, ambiental y social. Las mismas facilitan el comercio, la difusión del conocimiento y de los avances innovadores en tecnología, comparten prácticas de buena gestión y evaluación de conformidades (ISO, 2010, Pág. 2).

"Las normas ISO aportan soluciones y logran beneficios para casi todos los sectores de actividad, incluida la agricultura, construcción, ingeniería, mecánica, fabricación, distribución, transporte, dispositivos médicos, información y tecnologías de comunicación, medio ambiente, energía, gestión de la calidad, evaluación de conformidades y servicios". (ISO, 2010, Pág. 2).

1.6 Programas de responsabilidad social implementados en organizaciones nacionales.

Desde hace varios años, en la República Dominicana diversas organizaciones destinan recursos y esfuerzos para establecer programas de responsabilidad social corporativa, a fin de apoyar a los más necesitados en diversos sectores como la educación, medio ambiente y salud.

A continuación se detallan algunos programas de RSC que llevan a cabo algunas empresas del país, en beneficio de la comunidad en la que operan y la sociedad en general:

- **Asociación Popular de Ahorros y Préstamos (APAP):**

APAP, es una de las entidades que desarrollan programas de responsabilidad social que benefician a diversos sectores. "Obra Social APAP", se compone de tres programas permanentes de ejecución continua, cuyas iniciativas impactan positivamente en la preservación del medio ambiente, la vinculación solidaria con la comunidad y la calidad de vida en la empresa.

A continuación se describen los programas de responsabilidad social que componen "Obra Social APAP":

- El Lado Verde de APAP

A través de este programa, APAP ha asumido el tema de medio ambiente como un aspecto clave de su compromiso con la sociedad dominicana, con los socios ahorrantes, clientes y los propios empleados, procurando que sus aportes tengan la máxima calidad posible y generen dinámicas socialmente productivas.

El Lado Verde de APAP plantea la necesidad de contribuir con la sobrevivencia del planeta y está compuesto por tres proyectos ambientales: Gestionando Verde, Pensando Verde y Preservando Ébano Verde, iniciativas dirigidas a impactar el medio ambiente y a lograr una mayor eficacia en el uso de los recursos de APAP.

(Extraído en: <http://www.apap.com.do/views/obra-social-apap/el-lado-verde-apap.aspx>)

- Talentos Solidarios APAP

Este programa canaliza de forma voluntaria las capacidades de los empleados de APAP al servicio de la comunidad. Con el mismo, la institución busca establecer vínculos que vayan más allá de la donación monetaria.

Entre las categorías que los empleados disponen solidariamente de sus "talentos" para ser utilizados en obras y causas sociales, se destacan: Talento Administrativo, Deportivo, para la Enseñanza, Manual, Artístico, Técnico y Organizativo.

(Extraído en: <http://www.apap.com.do/views/obra-social-apap/talento-solidario.aspx>)

- Un Techo por nuestra Gente

Es considerado uno de los programas más inspiradores de la obra social de APAP, el cual ha logrado despertar el más fuerte sentido de solidaridad y justicia entre los empleados de la organización y ha traspasado las fronteras, recibiendo reconocimientos nacionales e internacionales.

Partiendo del principio de la proximidad, la Obra Social APAP decidió dotar de techo propio a un empleado o empleada en condiciones de vulnerabilidad socioeconómica. El premio es considerado un reconocimiento al mérito personal basado en el cumplimiento de los valores institucionales. En un esfuerzo conjunto, la institución asume la adquisición total de la vivienda y los empleados se responsabilizan de la pintura, decoración y mobiliario en un ejercicio de creatividad y solidaridad a toda prueba.

(Extraído en: <http://www.apap.com.do/views/obra-social-apap/un-techo-por-nuestra-gente-noticia.aspx>)

- Dale un Chance

Este es un proyecto innovador que realiza APAP de pasantías laborales, que facilita el acceso a la educación superior a bachilleres de escuelas públicas, a través de becas universitarias y técnicas cubiertas al 100%.

La pasantía estudiantil permite a un grupo bachilleres egresados de las escuelas politécnicas de Fe y Alegría, con interés en áreas afines al negocio bancario, conocer las operaciones de las distintas áreas de APAP y participar en la realización de algunos de sus procesos. El joven más destacado del

programa es premiado con una beca que cubre la carrera de su preferencia en una prestigiosa universidad local.

Ejecutivos y empleados de APAP, que forman parte de sus "Talentos Solidarios", participan de manera voluntaria del programa, en calidad de mentores, instructores y guías, quienes asumen la responsabilidad de instruir y evaluar el desempeño de los pasantes al rotar por sus respectivas áreas.

(Extraído en: <http://www.apap.com.do/views/obra-social-apap/dale-un-chance-noticia.aspx>)

- **Grupo Corporativo Rica**

Este Grupo, a través de la Fundación Rica, creada y organizada exclusivamente con fines de servicio a la comunidad en general, tiene por objeto fomentar, establecer y administrar un fondo destinado a promover el desarrollo de la educación, la salud, el medio ambiente, el deporte, y la cultura en el país y a ejecutar proyectos que contribuyan a la realización de obras de interés social en áreas o actividades de la vida nacional.

La Fundación logra sus objetivos a través de acuerdos de colaboración e intercambio con universidades, fundaciones, con los Ministerios de Educación, Medio Ambiente y Salud Pública, además de instituciones como el Instituto de Formación Técnico Profesional (INFOTEP) y la Cámara Americana de Comercio (AMCHAMDR), con la que viene trabajando desde hace años.

A continuación se presentan los diferentes programas que desarrolla Fundación Rica en beneficio de la sociedad, atendiendo a diferentes

sectores, los cuales se detallan en su portal de internet <http://fundacionrica.org>:

- Educación: Con el objetivo de contribuir con la mejoría de la educación dominicana, apoyan directamente a escuelas en sus aspectos esenciales tales como capacitación de docentes, suministro de material didáctico, dotación de bibliotecas y centros de computación, reconocimiento al mérito estudiantil, equipamiento y otros; así como siendo parte activa junto a otros sectores de la sociedad en debates y foros sobre la relevancia y el problema de la educación en todos sus aspectos.

En las escuelas apadrinadas por la Fundación Rica se instalan rincones de lectura, centros de cómputos, salas de tarea, equipos audiovisuales, mobiliarios escolares y material didáctico. Se han impartido charlas y cursillos para enriquecer la capacitación de los profesores y directores de las escuelas.

- Salud: La finalidad es contribuir con la mejoría de la salud de las comunidades y sectores marginados en su entorno, mediante programas de prevención, operativos médicos, charlas educativas y atención directa a centros de salud de nivel comunitario, así como apoyo a acciones que permitan la preservación de la salud en escuelas y centros comunitarios.
- Medio Ambiente: Contribuyen con la preservación y conservación del medio ambiente y los recursos naturales, mediante apoyo a campañas educativas, planes de reforestación, jornadas de limpieza, así como a programas que promuevan la protección ambiental por parte de los

sectores productivos y con la reafirmación de un ejercicio empresarial respetuoso de su entorno.

- Cultura: Apoyan iniciativas, acciones y actividades tendentes al desarrollo de los deportes y la cultura en todas sus manifestaciones, en beneficio de las comunidades ubicadas en las zonas de influencia de las empresas del Grupo Rica.
- Deportes: Apoyan iniciativas y actividades dirigidas al desarrollo de los deportes y la cultura.

▪ **Grupo Propa-Gas:**

En el año 2007 este Grupo instituye la Fundación Propa-Gas, con el objetivo de canalizar las estrategias de responsabilidad social empresarial. Desde entonces fortalece su compromiso de sensibilizar y educar a la población sobre el cuidado del medio ambiente, a través de diferentes programas educativos, socioculturales y proyectos de conservación.

(Extraído en: <http://www.fundpropagas.com/website/index.php/quienes-somos>)

En alianza estratégica con otras instituciones con las que comparte sus principios y valores, la Fundación Propa-Gas apoya importantes programas de preservación de los recursos naturales, los cuales se detallan en el portal de internet de dicha organización <http://www.fundpropagas.com>, y se describen a continuación:

- **Programa de Acompañamiento a Escuelas:** Se desarrolla junto a la Cámara Americana de Comercio en un proceso de cinco años de acompañamiento a los docentes con programas de capacitaciones y a estudiantes con recursos didácticos y recreativos que les complementen en su proceso de aprendizaje significativo.
- **Ciudad Reciclada:** Este programa se desarrolla junto al Centro León, el cual está constituido por una serie de talleres, en los que se aborda la problemática medioambiental que existe en las zonas urbanas, con el fin de que jóvenes y adolescentes aprendan a ubicar y utilizar materiales reciclados de manera creativa y artesanal, propiciando la confección de diversos objetos, entre ellos, un mural colectivo.
- **Concurso Literario Letra Natural:** Es un certamen literario que se realiza partiendo del compromiso esencial de la Fundación Propa-Gas de respaldar la naturaleza a través de la educación, con la finalidad de que los niños y jóvenes reconozcan, se enorgullezcan y declaren las riquezas naturales de la República Dominicana.
- **Conservación de Especies:** Este proyecto apoya la conservación de especies en peligro de extinción. Las tres especies focales de estos proyectos son: el Gavilán de la Hispaniola (*Buteo ridgwayi*), la Golondrina Verde (*Tachycineta euchrysea*) y Lechuza Cara Ceniza (*Tyto glaucops*).
- **Lectores Saludables:** Este proyecto se constituye en una estrategia novedosa para el fomento del autocuidado a partir de la promoción y animación de la lectura con los escolares, por cuanto se estimulan los

comportamientos positivos de los estudiantes de básica primaria, a la vez que se fortalece su comportamiento lector.

La promoción de la salud y el cuidado del medio ambiente desde la motivación literaria, se trabaja como estrategia pedagógica en la escuela y se integra a los planes de área de los maestros, poniendo énfasis en temáticas que forjen actitudes y comportamientos positivos para la salud de los estudiantes, especialmente a nivel de la alimentación, la higiene, el ejercicio y el descanso.

- **Pedagogía de la Tierra:** Este programa nace con la finalidad de insertar una visión y cultura ecológica en la escuela de hoy, a través de una formación humanista, así como modernizar el contenido y metodología pedagógicos orientados hacia un aprendizaje más democrático, lúdico, comunitario y consciente de la naturaleza como un todo que nos integra y de la cual somos responsables.
- **Gas Rural Propa-Gas:** Este programa provee el servicio subsidiado de gas propano (GLP) a familias de escasos recursos que viven en localidades rurales enclavadas en zonas que impactan a los principales parques nacionales del país.

El mismo tiene como objetivo contribuir a reducir el uso de leña y carbón como fuente de energía en las viviendas de familias de escasos recursos, lo que a su vez disminuye el impacto medioambiental ocasionado por el corte de árboles de los bosques.

- **Programa Educativo Medioambiental Pequeños Científicos:** El mismo tiene como objetivo general contribuir a la transformación en la

enseñanza y aprendizaje de las ciencias experimentales en la escuela primaria (grado 0 a 5to.), mediante la formación de docentes en servicio. Esto se logra a través de la apropiación conceptual, epistemológica y didáctica de la Enseñanza de las Ciencias Basada en Indagación (ECBI).

CAPITULO 2. DISEÑO DE PROGRAMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA PARA EL CEI-RD

En el presente capítulo se describe una propuesta de programa de responsabilidad social corporativa para el Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana (CEI-RD), dirigido a estudiantes de la licenciatura de Negocios Internacionales de las universidades nacionales. El mismo está en concordancia con la naturaleza de la institución, ya que ésta es una de las entidades del gobierno dominicano que promueve el comercio exterior del país.

2.1 Antecedentes

El Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana (CEI-RD) es la entidad gubernamental encargada de la promoción y fomento de las exportaciones dominicanas y las inversiones, a fin de impulsar la inserción competitiva del país en los mercados internacionales de bienes y servicios. (Extraído en: <http://cei-rd.gov.do/ceird/quienes.aspx>)

La misma, forma parte del conjunto de instituciones que promueven a la República Dominicana como un destino para hacer negocios, aprovechando las ventajas competitivas que ofrece el país, como son el favorable clima de inversión, la seguridad jurídica, su estratégica ubicación geográfica, los acuerdos comerciales suscritos con otras naciones, las oportunidades de comercio e inversión en los diferentes sectores, los incentivos que ofrece, su infraestructura, tecnología y capital humano; lo cual ha permitido impulsar las exportaciones y atraer mayor inversión extranjera directa.

En ese tenor, los nuevos tiempos demandan profesionales y técnicos con las competencias necesarias para promover a la República Dominicana en los distintos mercados y asegurar que las relaciones y los trámites con los demás países sean efectivos.

Por tanto, se hace idóneo capacitar a los profesionales del área de Negocios Internacionales, a fin de que puedan reforzar los conocimientos y experiencias que han adquirido en las universidades, y puedan conocer de primera mano la realidad que se vive en las instituciones del gobierno dominicano, así como las buenas prácticas que se ejecutan para promover al país como un destino de negocios.

Para estos fines, se ha ideado crear y establecer en el CEI-RD un programa de Responsabilidad Social dirigido a los jóvenes estudiantes de la licenciatura de Negocios Internacionales de las universidades dominicanas; carrera relativamente nueva en el país, la cual sólo es impartida en dos (2) universidades en la actualidad; la Universidad APEC y el Instituto Tecnológico de Santo Domingo (INTEC), cuyos programas contemplan para su conclusión, la realización de una pasantía en el área comercial de una institución del gobierno o una empresa.

Atendiendo a las encuestas realizadas a estudiantes de Negocios Internacionales de la Universidad APEC, se pudo constatar que el 95% conoce al CEI-RD y las funciones que realiza; teniendo el 96% de los encuestados el interés de realizar su pasantía en dicha institución, aunque el 57% desea desarrollarse profesionalmente en el sector privado y 26% de manera independiente. (Ver Anexo No. 6).

De igual forma, los estudiantes encuestados entienden que los temas impartidos durante la licenciatura deben ser reforzados en un programa de pasantías, haciéndose mayor énfasis en exportaciones, importaciones, inversión extranjera, diplomacia, tratados comerciales, investigación de mercados, logística y finanzas internacionales.

En este sentido, los resultados de las encuestas y entrevistas realizadas constataron que sería factible establecer este programa de RSC en dicha organización; aunque en una primera etapa iría dirigido a los estudiantes de Negocios Internacionales de la universidad APEC, debido a que en INTEC es una carrera que recién inicia, y para el aprovechamiento del programa, se ha establecido como uno de los requisitos que el estudiante haya cursado los primeros 2 años del programa académico.

A través de este programa, los estudiantes de dicha área podrán realizar su pasantía en esta institución, reforzando sus conocimientos sobre las funciones y actividades que ejecutan las entidades que intervienen en el comercio exterior, mediante experiencias y prácticas sobre la promoción y fomento de las exportaciones y atracción de inversiones; lo cual serán de gran provecho para desarrollar sus capacidades y competencias a nivel profesional.

2.2 Objetivos del programa de responsabilidad social corporativa

Objetivo General: Establecer un programa de responsabilidad social corporativa en el CEI-RD, acorde a la naturaleza de la institución, que permita colaborar directamente con el sector de la educación, mediante la transmisión de conocimientos y experiencias sobre las mejores prácticas de promoción y fomento de exportaciones y atracción de inversiones.

Objetivos Específicos:

- Definir y emprender proyectos de apoyo a causas sociales, que estén en consonancia con la naturaleza de la institución.
- Aportar al sector educación mediante la creación de un programa de pasantías profesionales, que permita complementar los conocimientos adquiridos en materia de promoción y fomento de las exportaciones y atracción de inversiones.
- Ofrecer a los estudiantes de negocios internacionales la oportunidad de realizar la pasantía para culminar su programa de estudio en la institución.
- Incentivar a los empleados a que participen de manera voluntaria en las acciones y programas sociales que emprenda la institución.

2.3 Filosofía Corporativa del CEI-RD

2.3.1 Misión: La promoción y fomento de las exportaciones dominicanas y las inversiones, a fin de impulsar la inserción competitiva del país en los mercados internacionales de bienes y servicios.

2.3.2 Visión: Ser una institución de clase mundial en la oferta de servicios de promoción y fomento de las exportaciones e inversiones, apoyando la contribución de estas actividades a la generación de empleos dignos para beneficio de la sociedad dominicana y la competitividad del país.

2.3.3 Política de Calidad: Procuramos ser una Institución líder en la satisfacción de nuestros clientes, en base a la mejora continua de los servicios ofrecidos en las áreas de Exportación e Inversión, tales como: Asistencia Técnica, Promoción, Otorgamiento de Incentivos, Información Comercial, Asesoría Legal, Capacitación y Apoyo Logístico, cumpliendo siempre con los más altos estándares de calidad, apegada a las Leyes y Reglamentos vigentes.

2.3.4 Valores

- **Excelencia:** Trabajamos de manera eficiente para lograr los más altos estándares de calidad en los servicios que ofrecemos, estableciéndonos como una institución gubernamental modelo, con reconocimiento a alto nivel nacional e internacional.
- **Trabajo en Equipo:** Promovemos un ambiente de motivación constante, valorando la participación activa de cada uno de los

integrantes de la organización en el logro de los objetivos establecidos.

- **Ética:** Cumplimos nuestros compromisos con respeto e integridad, basándonos en los principios morales, reglamentos de la sociedad y el estricto apego a las leyes de nuestro país.
- **Eficiencia:** Optimizamos los recursos disponibles para brindar a nuestros clientes y relacionados los servicios de manera oportuna, asistiéndoles en la reducción de procesos y tiempos, garantizándoles plena confianza en la asistencia e informaciones suministradas.
- **Transparencia:** Estamos comprometidos con la sociedad para dar a conocer con veracidad toda la información que existe y que resulta de nuestra gestión pública, la cual está disponible para los ciudadanos que quieran acceder a ella en el momento que así lo consideren.
- **Vocación de servicios:** Atendemos con formalidad, esmero y cortesía los requerimientos de nuestros clientes y colaboradores internos.
- **Pro-actividad:** Procuramos conocer, evaluar, anticipar y satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes en función a los objetivos propuestos, para cumplir con el resultado esperado de nuestra gestión en tiempos breves.
- **Equidad:** Actuamos de manera justa con nuestros colaboradores, clientes y relacionados, sin importar su condición económica, social,

política y de género. (Extraído en: <http://cei-rd.gov.do/ceird/quienes.aspx>)

2.4 Estructura del CEI-RD

El CEI-RD está conformado por tres grandes divisiones denominadas: Dominicana Exporta, Invest in the DR y Servicios Corporativos.

- **Dominicana Exporta:**

Es el equipo responsable de promover la oferta exportable del país hacia los mercados internacionales. A través de las gerencias que lo conforman, la institución ofrece toda la asistencia necesaria para el desarrollo y permanencia de las exportaciones de productos dominicanos.

El equipo está compuesto por los siguientes departamentos:

- Gerencia Desarrollo Oferta Exportable
- Gerencia de Nuevos Negocios de Exportación
- Gerencia Investigación de Mercados

- **Invest in the DR:**

Es el equipo responsable de la promoción e incentivo de la inversión extranjera directa en la República Dominicana. Su objetivo consiste en proveer servicios de apoyo a inversionistas nacionales y extranjeros, ofreciendo asistencia personalizada, asesoría legal y de negocios durante todo el proceso de inversión, además de brindarles el seguimiento post-inversión, una vez instalados en el país.

Este equipo lo conforman las siguientes gerencias:

- Gerencias de Atracción IED (New Business)

- Expansión de Inversión Extranjera Directa (Aftercare)
- Inteligencia de Mercados para IED
- Ventanilla Única de Inversión de la República Dominicana (VUI-RD)
- **Servicios Corporativos:**
Conformado por los departamentos técnicos y administrativos, sirven de soporte en calidad a las necesidades y los requerimientos de las tres grandes divisiones en que se segmenta el CEI-RD. Estos departamentos son: Recursos Humanos, Prensa y Comunicaciones, Marketing e Imagen, Políticas Comerciales y de Inversión, Gerencia Administrativa y Financiera, Sistema de Gestión de Calidad y Planificación, Sistema y Tecnología, Oficinas Regionales y Oficinas Internacionales.

(Ver en Anexo No. 2 las funciones del CEI-RD y de las gerencias que conforman los equipos Dominicana Exporta e Invest in the DR, así como el organigrama del CEI-RD).

2.5 Grupos de Interés del CEI-RD

- **Gobierno:** involucra a las diferentes organizaciones del gobierno con las cuales la institución tiene relación directa, como la Presidencia de la República, el Despacho de la Primera Dama, los Ministerios de Trabajo, de Industria y Comercio, de Agricultura, de Hacienda, de Relaciones Exteriores, de Educación Superior, Ciencia y Tecnología, de Economía, Planificación y Desarrollo, de Administración Pública, y de la Juventud, el Banco Central de la República Dominicana, la Dirección General de Aduanas, el Consejo Nacional de Zonas Francas de Exportación, el Consejo Nacional de Competitividad, la Dirección de Comercio Exterior, la Dirección General de Impuestos Internos, la Dirección General de

Cine, la Dirección General de Ética e Integridad Gubernamental, la Contraloría General de la República, el Instituto Dominicano de la Calidad, la Dirección General de Cooperación Multilateral, el Banco Nacional de la Vivienda, el Instituto de Innovación en Biotecnología e Industria, entre otras.

- **Miembros del Consejo Directivo:** representantes de las instituciones que conforman el Consejo Directivo del CEI-RD. (Ver Anexo No. 2).
- **Organizaciones Privadas:** Cámaras de Comercio, Clústeres, Asociaciones empresariales como la Junta Agroempresarial Dominicana (JAD), Asociación Dominicana de Exportadores (ADOEXPO), Asociación de Industrias de la República Dominicana (AIRD), Asociación de Empresas Industriales de Herrera y Provincia Santo Domingo (AEIH), Asociación de Industrias y Empresas de Haina y Región Sur, Asociación de Industriales de la Región Norte (AIREN), Asociación de Empresas de Inversión Extranjera Directa (ASIEX), Asociación Dominicana de Zonas Francas (ADOZONA), entre otras.
- **Organizaciones Externas:** Banco Mundial, Banco Interamericano de Desarrollo, Asociación Mundial de Agencias de Promoción de Inversiones (WAIPA), Asociación de Agencias de Promoción de Inversiones del Caribe (CAIPA), Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), United State Agency for the International Development (USAID), Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID), Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), Organización de Estados Americanos (OEA), Organización de las Naciones Unidas (ONU), la Comisión Europea, Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD),

Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), organismos extranjeros de promoción de exportaciones y/o inversiones, como Caribbean Export, Red Global de Exportación (RGX), ProChile, PROCOLOMBIA, ICEX de España, APEXBrasil, así como Korea Development Institute (KDI), AENOR, CFI, entre otras.

- **Colaboradores internos:** constituyen el personal de la institución; equipo de personas que con sus conocimientos, habilidades y actitudes, contribuyen con el logro de las metas y objetivos establecidos por la entidad.
- **Clientes:** Grupo de personas y empresas que no están asociadas y que solicitan información y ayuda con los procesos de exportación e inversión y los servicios que ofrece el CEI-RD, como exportadores, potenciales exportadores, inversionistas, potenciales inversionistas, representantes legales para el registro de Inversión Extranjera Directa (IED), etc.
- **Comunidad:** Grupo social con intereses, propiedades y objetivos comunes.
- **Proveedores:** son los que proveen los servicios básicos, equipos de trabajo y material gastable.

2.6 Estrategia

Diseñar y establecer un programa de responsabilidad social dirigido a los estudiantes de la licenciatura de Negocios Internacionales de las universidades dominicanas, que consista en pasantías en el CEI-RD, con el objetivo de ofrecer capacitaciones que fomenten el aprendizaje en materia de promoción de exportaciones y atracción de inversiones.

2.7 Diseño del programa de pasantías para estudiantes de Negocios Internacionales en el CEI-RD.

2.7.1 Descripción del Programa

Este programa está dirigido a estudiantes de la licenciatura de Negocios Internacionales de las universidades dominicanas, que tengan interés en realizar una pasantía, a fin de reforzar conocimientos en materia de promoción y fomento de las exportaciones y atracción de inversiones.

Objetivo General:

Complementar los conocimientos adquiridos por los estudiantes de negocios internacionales sobre las tendencias que rigen el comercio exterior y las inversiones, a través de capacitaciones y entrenamientos, que les permitan desarrollar las competencias necesarias para desenvolverse en el área comercial de cualquier entidad.

Duración: Tendrá una duración de 10 semanas.

Horario: Lunes a viernes de 8:30 a.m. a 4:30 p.m.

Modalidad: Presencial.

Periodicidad: Se realizará dos (2) veces al año.

Metodología:

El programa se desarrollará de la siguiente manera:

- Ciclo de charlas introductorias sobre el rol y funciones de las entidades públicas y privadas vinculadas al comercio exterior.
- Prácticas en las áreas de exportación e inversión del CEI-RD.

- Visitas a empresas exportadoras y de inversión extranjera.

Facilitadores: Se contará con la colaboración de funcionarios de las instituciones vinculadas al comercio exterior, que impartirán charlas sobre las funciones de las diferentes entidades, así como representantes del CEI-RD.

Evaluaciones: Los participantes serán evaluados semanalmente, atendiendo a su desenvolvimiento en las diferentes áreas de la institución. Al finalizar el programa, cada pasante recibirá una calificación, que promediará todas las recibidas, según el formulario ideado para los fines.

2.7.2 Proceso de convocatoria y selección

□ Proceso de convocatoria y difusión:

El programa se realizará dos (2) veces al año, en los meses de febrero-abril y septiembre-noviembre.

La institución, en conjunto con las universidades con las cuales suscriba acuerdos, deberá difundir la información a los estudiantes de la licenciatura de Negocios Internacionales a través de los siguientes medios:

- Profesores.
- Colocación y/o distribución de flyers o volantes en los murales de anuncios ubicados en el campus universitario y en la escuela de Mercadeo y/o Negocios.
- Colocación de banner en el portal de internet del CEI-RD y las universidades.
- Envío de la información al correo electrónico de los estudiantes de la carrera de Negocios Internacionales por parte de la universidad, utilizando la base de datos correspondiente (Mailing List).

- Difusión a través de las redes sociales de la institución y de las universidades: Facebook, Twitter e Instagram.
- Charlas dirigidas a los estudiantes de Negocios Internacionales. Se realizará una charla cada cuatrimestre.
- Bajantes publicitarios (Roll up) en la escuela de Mercadeo y/o Negocios y en la cafetería.
- Anuncio en la revista y/o boletín institucional de la universidad.

En la publicidad se indicará la fecha límite para la recepción de los documentos y el formulario de aplicación, el cual podrá ser descargado en línea (online) en la página web del CEI-RD: www.cei-rd.gov.do

Requisitos:

- Ser mayor de 18 años
- Ser estudiante de la licenciatura de Negocios Internacionales
- Tener como mínimo 2 años cursando la licenciatura
- Poseer un índice académico mayor a 3 u 80 puntos
- Tener conocimientos básicos del idioma inglés o francés
- Estar en plena facultad física y mental

Documentos requeridos:

- Completar el formulario de aplicación a la pasantía, el cual podrá ser descargado en el portal del CEI-RD o retirar su versión física en el departamento de Recursos Humanos de la institución.
- Copia de la cédula de identidad y electoral
- Curriculum Vitae actualizado
- Record de notas
- 1 fotos 2x2

- Carta dirigida al director ejecutivo del CEI-RD vía la gerencia de Recursos Humanos, explicando el interés en aplicar al programa de pasantías.

□ **Proceso de selección.**

1. Luego de la recepción de las aplicaciones, la gerencia de Recursos Humanos procederá a depurar los perfiles atendiendo a los siguientes criterios: índice académico y conocimiento de idiomas inglés y/o francés.
2. Se seleccionarán nueve (9) estudiantes cada semestre.
3. Los seleccionados serán contactados vía telefónica o por correo electrónico y se les convocará a una reunión una semana antes del inicio de la pasantía para explicarles el proceso y las informaciones pertinentes.

2.7.3 Evaluaciones

Al gerente de cada área se le entregará un formulario de evaluación, donde al culminar cada semana, evaluará al pasante que haya estado en su departamento. Al final, se promediarán los resultados para otorgar la calificación final, cuya clasificación se determinará de acuerdo al siguiente rango:

Tabla No. 1. Escala de calificaciones

Notas	Calificación
95-100	Excelente
90-94	Muy bueno
80-89	Bueno
70-79	Regular
69 o menos	Deficiente

2.7.4 Entrega de certificados y reconocimientos

Al final de la capacitación, a los alumnos se les entregará un certificado que avalará su participación en el programa. Asimismo, se remitirá una comunicación formal a la universidad indicando los nombres de los estudiantes que culminen satisfactoriamente la pasantía.

2.7.5 Retribución

Durante la duración del programa, a cada pasante se le otorgará la suma de RD\$ 8 mil pesos dominicanos, que serán entregados en dos (2) partes; el primer monto correspondiente a RD\$4,000.00 al culminar las primeras cinco (5) semanas y la segunda parte de RD\$4,000.00 al término de la pasantía.

2.7.6 Compromisos

Compromisos por parte del CEI-RD:

- Cumplir con las capacitaciones y prácticas detalladas en el programa de pasantía y entregar el material de apoyo al inicio del mismo.
- Entregar un carnet de identificación a cada pasante previo al inicio del programa de pasantías.
- Poner a disposición de los pasantes el autobús que transporta a los empleados de la institución, cuya ruta está establecida; a fin de que los mismos puedan utilizarlo como transporte para asistir a la entidad.
- Entregar a cada participante la suma de RD\$ 8,000.00 pesos como incentivo, el cual será suministrado en dos partes de RD\$4,000.00.

- Entregar un certificado de participación a los estudiantes que hayan culminado satisfactoriamente el programa.
- Remitir a la universidad una comunicación donde se indiquen los nombres de los alumnos que hayan finalizado la pasantía y sus respectivas evaluaciones.

Compromiso por parte de los estudiantes:

- Cumplir con el horario establecido.
- Utilizar el carnet de identificación que se les entregará previo al inicio del programa de pasantías.
- Usar ropa ejecutiva, formal.
- Cumplir las normas y reglamentos internos del CEI-RD.
- Asistir a todas las actividades del programa. Salvo causa mayor, se permite un máximo de tres (3) ausencias durante la duración del programa, cuya excusa debe ser presentada a través de comunicación formal a la gerencia de Recursos Humanos del CEI-RD.

2.7.7 Alianzas con entidades públicas y privadas

Actualmente, las universidades que contemplan entre sus programas académicos la licenciatura de Negocios Internacionales son UNAPEC e INTEC. En este sentido, se propone suscribir un acuerdo de colaboración con dichos centros educativos para definir y garantizar el apoyo de ambas partes en la realización de este programa.

En ese orden, se propone firmar una carta compromiso con las siguientes instituciones, públicas y privadas, a fin de que colaboren con el programa mediante la presentación de charlas a los estudiantes, las cuales

deben ser ofrecidas por un representante, dos (2) veces al año; cada vez que un nuevo grupo inicie el programa:

- Ministerio de Industria y Comercio (MIC)
- Ministerio de Relaciones Exteriores (MIREX)
- Ministerio de Agricultura
- Consejo Nacional de Zonas Francas de Exportación (CNZFE)
- PROINDUSTRIA
- Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo (MEPYD)
- Asociación Dominicana de Exportadores (ADOEXPO)
- Asociación de Industrias de la República Dominicana (AIRD)
- Cámara de Comercio y Producción de Santo Domingo
- Asociación de Empresas de Inversión Extranjera (ASIEX)
- Asociación Dominicana de Zonas Francas (ADOZONA).
- Junta Agroempresarial Dominicana (JAD)

A las asociaciones se les solicitará colaboración para que los pasantes puedan realizar visitas a algunas de las empresas exportadoras y de inversión extranjera, que sean miembros de dichas organizaciones.

(Ver en Anexo No. 3 una breve descripción de las funciones de las entidades citadas).

2.7.8 Agenda de Trabajo

Metodología: El desarrollo del programa de pasantía se realizará en las siguientes tres (3) etapas.

- **Ciclo de charlas introductorias sobre el rol y funciones de las entidades públicas y privadas vinculadas al comercio exterior.**

En esta primera etapa se realizarán exposiciones sobre las funciones de las entidades públicas y privadas dominicanas vinculadas al comercio exterior, iniciando con una introducción al CEI-RD.

Esta parte teórica, tendrá una duración de cuatro (4) días, a fin de que los estudiantes puedan conocer las funciones y el rol de todas las instituciones afines a su carrera, así como aclarar dudas sobre los temas que les competen con los funcionarios que laboran en dichas entidades del gobierno o del sector privado.

- **Prácticas en las áreas de exportación e inversión del CEI-RD.**

En esta segunda etapa, los estudiantes serán divididos, para que cada uno labore por espacio de una semana en los diferentes departamentos de las áreas de exportación e inversión. Esto les permitirá conocer los trabajos y proyectos que maneja cada gerencia del CEI-RD, perteneciente a los equipos Dominicana Exporta e Invest in the DR.

- **Visitas a empresas exportadoras y de inversión extranjera.**

En esta tercera etapa, los pasantes tendrán la oportunidad de visitar empresas exportadoras y de inversión extranjera, a fin de escuchar los testimonios y casos de éxito de los exportadores e inversionistas de manera directa, conocer sus instalaciones, así como la asistencia y el apoyo que el CEI-RD les ha ofrecido para exportar o establecerse en la República Dominicana. Las visitas se realizarán los viernes en la tarde.

Figura 3. Programa del taller de capacitación – Día 1



PROGRAMA DE PASANTIAS DIRIGIDO A ESTUDIANTES DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

DIA 1

Agenda Taller de Capacitación

Lugar: I*CEI

Horario: 8:30 A.M. A 4:30 P.M.

9:00 a.m.	Acto de bienvenida a los pasantes
10:00 a.m.	Introducción al CEI-RD Visión, Misión, Valores, Servicios, Estructura y Detalle del programa de pasantías
11:00 a.m.	Receso
11:15 a.m.	Desarrollo de la Oferta Exportable (Equipo Dominicana Exporta)
12:15 p.m.	Promoción de Exportación y Desarrollo de Nuevos Negocios (Equipo Dominicana Exporta)
1:15 p.m.	Tiempo de Almuerzo
2:15 p.m.	Investigación de Mercados (Equipo Dominicana Exporta)
3:15 p.m.	Rol del Instituto de Comercio Exterior e Innovación Empresarial (I*CEI)
4:00 p.m.	Receso
4:15 p.m.	Conclusiones primer día
4:30 p.m.	Fin del primer día

*Las sesiones de preguntas y respuestas se realizarán al momento de finalizar cada expositor.

www.cei-rd.gov.do

@ceird facebook.com/CEIRD youtube.com/ceird09

Ave. 27 de Febrero, Esq. Ave. Luperón, Plaza de la Bandera, Santo Domingo, R.D.

Figura 4. Programa del taller de capacitación – Día 2



**PROGRAMA DE PASANTIAS DIRIGIDO A ESTUDIANTES
DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

DIA 2

Agenda Taller de Capacitación

Lugar: I*CEI

Horario: 8:30 A.M. A 4:30 P.M.

8:30 a.m.	Nuevos Negocios de Inversión – Atracción de Inversión Extranjera Directa (IED) (Equipo Invest in the DR)
9:30 a.m.	Expansión IED (Equipo Invest in the DR)
10:30 a.m.	Inteligencia de Mercados y Registro de Inversión Extranjera (Equipo Invest in the DR)
11:30 a.m.	Receso
11:45 a.m.	Ventanilla Única de Inversión (VUI-RD) (Equipo Invest in the DR)
12:45 p.m.	Políticas Comerciales y de Inversión Gerencia Políticas Comerciales y de Inversión
1:30 p.m.	Tiempo de Almuerzo
2:30 p.m.	Oficinas Regionales del CEI-RD Gerencia Oficinas Regionales
3:10 p.m.	Receso
3:25 p.m.	Oficinas Internacionales del CEI-RD Gerencia Oficinas Internacionales
4:15 p.m.	Conclusiones finales
4:30 p.m.	Fin del segundo día

*Las sesiones de preguntas y respuestas se realizarán al momento de finalizar cada expositor.

www.cei-rd.gov.do

@ceird facebook.com/CEIRD youtube.com/ceird09

Ave. 27 de Febrero, Esq. Ave. Luperón, Plaza de la Bandera, Santo Domingo, R.D.

Figura 5. Programa del taller de capacitación – Día 3



**PROGRAMA DE PASANTIAS DIRIGIDO A ESTUDIANTES
DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

DÍA 2

Agenda Taller de Capacitación

Lugar: 1ºCEI

Horario: 8:30 A.M. A 4:30 P.M.

8:30 a.m.	Política Exterior y Función Diplomática y Consular Ministerio de Relaciones Exteriores
9:30 a.m.	Rol del Ministerio de Industria y Comercio y la Dirección de Tratados Comerciales (DICOEX) Ministerio de Industria y Comercio
10:30 a.m.	Rol del Ministerio de Agricultura Ministerio de Agricultura
11:30 a.m.	Receso
11:45 a.m.	Rol de la Dirección General de Aduanas en el contexto del Comercio Internacional. Dirección General de Aduanas (DGA)
12:45 p.m.	Conclusiones primera parte
1:00 p.m.	Tiempo de almuerzo
2:00 p.m.	Las Zonas Francas en la República Dominicana. Consejo Nacional de Zonas Francas de Exportación (CNFZE)
3:00 p.m.	El Desarrollo y Competitividad de la Industria en RD Centro de Desarrollo y Competitividad Industrial (PROINDUSTRIA)
3:45 p.m.	Receso
4:00 p.m.	Rol del Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo (MEPYD) Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo
4:30 p.m.	Fin del tercer día

*Las sesiones de preguntas y respuestas se realizarán al momento de finalizar cada expositor

www.cei-rd.gov.do

[@ceird](https://twitter.com/ceird) facebook.com/CEIRD youtube.com/ceird09

Ave. 27 de Febrero, Esq. Ave. Luperón, Plaza de la Bandera, Santo Domingo, R.D.

Figura 6. Programa del taller de capacitación – Día 4



**PROGRAMA DE PASANTIAS DIRIGIDO A ESTUDIANTES
DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

DIA 4

Agenda Taller de Capacitación

Lugar: I*CEI

Horario: 8:30 A.M. A 4:30 P.M.

-
- | | |
|------------|--|
| 8:30 a.m. | Rol del exportador dominicano
Asociación Dominicana de Exportadores (ADOEXPO) |
| 9:30 a.m. | La Industria en la República Dominicana
Asociación de Industrias de la República Dominicana (AIRD) |
| 10:30 a.m. | Las Cámaras de Comercio en RD
Cámara de Comercio y Producción de la República Dominicana |
| 11:30 a.m. | Receso |
| 11:45 a.m. | Clima de Inversión en República Dominicana
Asociación de Empresas de Inversión Extranjera (ASIEEX) |
| 12:45 p.m. | Conclusiones primera parte |
| 1:00 p.m. | Tiempo de Almuerzo |
| 2:00 p.m. | Empresas de Zonas Francas
Asociación Dominicana de Zonas Francas (ADOZONA) |
| 3:00 p.m. | Rol de la Junta Agroempresarial Dominicana (JAD)
Junta Agroempresarial Dominicana |
| 4:00 p.m. | Receso |
| 4:15 p.m. | Conclusiones segunda parte |
| 4:30 p.m. | Fin del cuarto día |

*Las sesiones de preguntas y respuestas se realizarán al momento de finalizar cada expositor

www.cei-rd.gov.do

@ceird facebook.com/CEIRD youtube.com/ceird09

Ave. 27 de Febrero, Esq. Ave. Luperón, Plaza de la Bandera, Santo Domingo, R.D.

Segunda Parte

Traslado de los pasantes a las áreas de exportación e Inversión.

En esta parte, se dividirán a los estudiantes para que cada uno esté en un área específica por un período de una semana, con la finalidad de que adquieran experiencias mediante prácticas, en relación a los tópicos y funciones que maneja cada departamento. Al culminar cada semana se rotarán, hasta que todos hayan visitado las nueve (9) gerencias que forman parte del programa.

A continuación se detallan los departamentos, incluyendo una breve descripción de los temas que estarán reforzando los pasantes.

1. Promoción de Exportación y Desarrollo de Nuevos Negocios:

En esta gerencia, el participante aprenderá sobre los siguientes temas:

- Principales técnicas de promoción de exportación.
- Sectores de exportación.
- Ferias y exposiciones que se realizan a nivel nacional y extranjero en las que participa el país según los distintos mercados.
- Preparación de una misión comercial nacional e internacional.
- Detección y difusión de oportunidades de negocios en mercados internacionales.

2. Desarrollo de la Oferta Exportable:

- Sectores de exportación.
- Asistencia técnica en materia de exportación a pequeños, medianos productores y exportadores.
- Régimen de admisión temporal para perfeccionamiento activo (Ley 84-99).
- Permiso comercialización y exportación de desperdicios de metales (Decreto 334-07).

- Capacitaciones a los exportadores.
- 3. Investigación de Mercados**
- Análisis de Mercados.
 - Perfiles de productos.
 - Estadísticas de exportación.
 - Directorio de Exportadores.
- 4. Nuevos Negocios de Inversión (New Business)**
- Asistencia técnica al inversionista, incluyendo asesoría de negocios, legal y acompañamiento durante todo el proceso de inversión.
 - Elaboración de presentaciones, propuestas e informes sobre atracción de Nuevos Negocios, en sinergia con las áreas de Inteligencia de Mercados y Ventanilla Única de Inversión (VUI-RD).
 - Coordinación de actividades de promoción a nivel nacional e internacional con el objetivo de incentivar la inversión extranjera en la República Dominicana.
- 5. Expansión IED - Servicios Post-Inversión**
- Seguimiento y asistencia técnica continua a las empresas de inversión extranjera establecidas en el país.
 - Asistencia en la realización de alianzas de negocios (encadenamiento productivo) e identificación de proveedores y clientes potenciales.
 - Colaboración en la creación y desarrollo de clústeres, asociaciones y gremios empresariales con la participación de empresas locales y de inversión extranjera.
 - Apoyo en la creación y promoción de programas de capacitación alineados a las necesidades de las empresas de Inversión Extranjera Directa (IED).
 - Coordinación de ferias de empleos, de acuerdo a las necesidades de recursos humanos en sectores específicos.
- 6. Inteligencia de Mercados y Registro de Inversión**
- Generar información actualizada de la Inversión Extranjera Directa por medio de los informes de inteligencia de mercados, como son: Informe del comportamiento semestral y anual de la Inversión Extranjera Directa en la República Dominicana, y el Análisis de las estadísticas

de inversión extranjera, tanto por sector de destino como país de origen.

- Elaboración de perfiles de sectores y países orientados a la Inversión Extranjera.
- Ofrecer información relevante y actualizada a clientes internos y externos en materia de inversión extranjera, mercados, sectores, tendencias y economía en general.
- Registro de la Inversión Extranjera Directa (IED) y Certificado de Contratos de Transferencia de Tecnología.

7. Ventanilla Única de Inversión (VUI-RD)

- Funciones de la Ventanilla Única de Inversión de la República Dominicana, cuya función es la coordinación y gestión de permisología a través de un solo punto, a fin de tramitarla ante las instituciones otorgadoras de permisos, licencias y certificaciones, según corresponda; validando todos los requisitos con cada institución periódicamente, dando seguimiento a los avances de los proyectos sometidos; así como el acompañamiento al inversionista en todo el proceso administrativo y regulatorio ofreciendo soporte y orientación en cualquier nivel del proceso de establecimiento de la inversión.

8. Políticas Comerciales y de Inversión

- Asistencia sobre beneficios y aprovechamiento de acuerdos comerciales y esquemas preferenciales de comercio.
- Leyes, reglamentos, disposiciones y procedimientos relacionados con los trámites del proceso de inversión.

9. Oficinas Internacionales

- Asistencia a través de la red de delegados en el exterior.
- Detección y difusión de oportunidades de negocios en mercados internacionales.

Visitas a empresas

Como parte de la agenda de trabajo, se propone realizar en cada pasantía, dos (2) visitas a empresas exportadoras y a 2 entidades

instaladas en el país mediante inversión extranjera, con la finalidad de que los empresarios y representantes presenten sus experiencias y casos de éxito a los pasantes, a través de las exposiciones "Yo Exporto" y/o "Yo Invierto". Las mismas se realizarían los viernes en la tarde.

2.7.9 Cronograma

Tabla 2. Plan de acción programa de pasantías



PLAN DE ACCIÓN

PROGRAMA DE PASANTÍAS PARA ESTUDIANTES DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

2015 - 2016

2015 - 2016																																																	
Actividad	Gerencia Responsable	Julio				Agosto				Sept.				Octubre				Nov.				Dic.				Enero				Febrero				Marzo				Abril				Mayo				Junio			
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4							
Reunión con las gerencias involucradas para definir responsabilidades	RRHH y Comunicaciones																																																
Adecuación de espacios de trabajo para los pasantes	RRHH y Administrativo																																																
Preparación de mensajes y piezas promocionales incluyendo invitación acto de apertura	RRHH, Comunicaciones y Marketing																																																
Convocatoria y difusión	Comunicaciones , Marketing e Imagen y RRHH																																																
Recepción de solicitudes	RRHH																																																
Evaluación de solicitudes	RRHH																																																
Selección de los pasantes	RRHH																																																
Reunión con los participantes previo al inicio para explicar proceso	RRHH y Comunicaciones																																																
Remisión de invitación al acto de apertura, elaboración de carnets para pasantes, material de apoyo y nota de prensa	Comunicaciones y RRHH																																																
Coordinación acto de apertura y convocatoria prensa	Comunicaciones , Marketing y RRHH																																																
Acto de apertura y entrega de NP a la prensa	Comunicaciones y RRHH																																																
Ciclo de conferencias (Día 1-4)	RRHH y Comunicaciones																																																
Prácticas rotativas en las 9 gerencias de exportación e inversión y visitas a empresas (Evaluaciones)	RRHH																																																
Evaluación final de los pasantes	RRHH																																																
Grabación de testimonios	RRHH, Comunicaciones y Marketing e Imagen																																																
Entrega de reconocimientos	RRHH y Comunicaciones																																																
Remisión de evaluaciones y comunicaciones a las universidades	RRHH y Comunicaciones																																																
Elaboración de informe final	RRHH y Comunicaciones																																																

2.7.10 Presupuesto

Tabla 3. Presupuesto programa de pasantías



PRESUPUESTO

PROGRAMA DE PASANTIAS PARA ESTUDIANTES DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

2015 - 2016

Descripción	Inversión	Detalle
Difusión y convocatoria		
A través de las redes sociales de las universidades y el CEI-RD.	0	Se utilizarán redes propias.
Mailing a los estudiantes a través de la universidad (Base de datos).	0	Base de datos de la universidad.
Charlas al inicio de cada cuatrimestre a los estudiantes de negocios internacionales explicándoles los detalles del programa.	0	Se realizarán en los auditorios de las universidades, que cuentan con los equipos tecnológicos.
Flyers o volantes para entregar a los estudiantes y colocarlos en los murales de las universidades.	450.00	Flyers papel satinado, full color. Cantidad: 350
4 bajantes (Roll up) para colocarlos en la entrada del instituto del CEI-RD y en el salón de capacitación 1 para el acto de apertura de las pasantías; en la escuela de Mercadeo y/o Negocios y en la entrada de la cafetería	14,040.00	Medidas 3 x 6, impresión banner y porta banner
Brandeo para redes sociales.	0	El arte será realizado por la gerencia de Marketing e Imagen del CEI-RD.
Banner en la página de la institución y de la universidad.	0	El arte será realizado por la gerencia de Marketing e Imagen del CEI-RD.
Subtotal	14,490.00	

Material de apoyo

Diseño e impresión de programa	0	El diseño e impresión lo realizará la gerencia de Marketing del CEI-RD
Folletos	1,080.00	Cantidad: 25
DVD con las presentaciones de los expositores e informaciones (Guía de Inversion, Video Inversión, etc.)	650.00	Cantidad: 25
Lapiceros	350.00	Cantidad: 25
Libretas Rayadas	725.00	Cantidad: 25
Folders satinados	1,100.00	Cantidad: 25
Brochure del CEI-RD, Ventanilla Unica y Ficha País	450.00	Cantidad: 25. Papel Satinado, Full Color.
Subtotal	4,355.00	

<u>Acto de apertura</u>		
Salón capacitación ICEI: incluye mesas, sillas, equipos tecnológicos, sonido, proyector	0	El salón pertenece al instituto (I*CEI) del CEI-RD
Habladores para mesa principal.	0	Lo realiza la gerencia de Marketing
Invitaciones digitales	0	Lo realiza la gerencia de Marketing
Maestra de ceremonias	0	Se cuenta con una persona del CEI-RD para los fines
Botellas de agua para miembros mesa principal, coffee break, alquiler de manteles, bambalinas y cubertería para mesa de honor y mesa de refrigerio	43,000.00	2 coffe break para 35 personas
Flores mesa de honor	4,720.00	Total: 2. Un arreglo para cada acto de apertura
Subtotal	47,720.00	

Materiales

Impresión de carnet de pasantes	382.00	Cantidad: 25
Impresión de certificados de participación	570.00	El Diseño lo realiza el Depto. de Marketing. Cantidad: 25
Habilitación de espacio físico en las gerencias	205,000.00	Adquisición de 9 laptops, mesas y sillas.
Subtotal	205,952.00	

Subsidio

Transporte	0	Los pasantes pondrán utilizar el transporte de los empleados de la institución, cuya ruta está establecida.
Incentivo	144,000.00	Se ofrecerá a cada pasante la suma de RD\$ 8,000.00 como incentivo.

Subtotal	144,000.00
----------	------------

Total General	416,517.00
---------------	------------

CONCLUSIONES

En la actualidad, las empresas están adoptando la responsabilidad social corporativa (RSC) como parte de su estrategia de negocios, en vista de que es una tendencia que está demandando la sociedad a nivel mundial.

El Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana (CEI-RD), ha tenido interés en involucrarse en algunas causas sociales a través de los años; pero a pesar de no tener establecido un programa propio de responsabilidad social, está en proceso de evaluación para definir en cuales proyectos le sería factible integrarse.

No solo esta entidad, sino las diferentes instituciones del sector público dominicano, ya que a raíz del decreto 211-10 emitido por el Poder Ejecutivo en el año 2010, se declara de carácter obligatorio la aplicación en la Administración Pública del Modelo CAF - Marco Común de Evaluación, herramienta de gestión de calidad en los servicios públicos, inspirada por el Modelo de Excelencia de la Fundación Europea para la Gestión de la Calidad.

Este modelo, que sirve de base para el Premio Nacional a la Calidad y Reconocimiento a las Prácticas Promisorias en el Sector Público, en cuya décima edición entregada en enero del corriente año, el CEI-RD obtuvo la medalla de oro, especifica que la responsabilidad social debe estar incluida en la estrategia y planificación de las organizaciones; razón por la cual dicha institución actualmente se encuentra inmersa en la evaluación de las diferentes opciones en que puede aportar a la sociedad.

En este sentido, y tras analizar los resultados de la investigación implementada, se puede afirmar que una propuesta de programa de responsabilidad social, dirigido a los estudiantes de negocios internacionales sería factible; en virtud de que actualmente el CEI-RD consta de todas las herramientas para llevar a cabo este proyecto.

Esto se evidencia en que dicha institución cuenta con el Instituto de Comercio Exterior e Innovación Empresarial (I*CEI) donado por el Gobierno de Japón, dotado de salones de capacitaciones, equipos tecnológicos y un auditorio; con especialistas en materia de exportación e inversión, dispuestos a transmitir conocimientos; y las relaciones de trabajo con las demás entidades gubernamentales y asociaciones del sector privado.

De igual forma, es propicio resaltar la apertura que tienen los estudiantes de distintas universidades para realizar pasantías en el CEI-RD, atendiendo a la disponibilidad de la organización; ya que en ocasiones se admiten pasantes para realizar tareas en un área específica.

Para los fines, hasta el momento dicho Centro tiene suscrito un acuerdo con la Universidad Autónoma de Santo Domingo (UASD), mediante el cual se reciben estudiantes en el área de Estadísticas; el cual pretenden ampliar a otras carreras como son psicología, mercadeo, contabilidad, publicidad, comunicación social y derecho, dependiendo de la disponibilidad en los departamentos administrativos.

No obstante, a la fecha, solo UNAPEC e INTEC ofrecen la licenciatura de Negocios Internacionales, carrera clave para la institución; cuyos egresados son los profesionales que demandan las entidades vinculadas al comercio exterior.

En caso de que esta propuesta sea implementada, se constituiría como el primer programa de RSC en dicho Centro, lo cual marcaría las pautas para en un futuro destinar esfuerzos en beneficio de otros sectores, a través de obras sociales, ya sean dirigidas al medio ambiente, desarrollo personal o a la comunidad.

Asimismo, este programa daría la oportunidad a jóvenes estudiantes del área de Negocios Internacionales de cumplir con el requisito de realizar prácticas profesionales, exigido en la mayoría de los casos para culminar el plan de estudios; permitiendo la adquisición de conocimientos, no solo de la institución, sino de todas las entidades involucradas en el comercio exterior de la República Dominicana, a través de las tres (3) fases en las que se desarrollaría el programa, como son: ciclo de conferencias, prácticas en las diferentes gerencias de exportación e inversión y visitas a empresas exportadoras y de inversión extranjera.

En ese tenor, la organización estaría aportando al sector de la educación, en beneficio del futuro personal y profesional de jóvenes dominicanos; permitiendo que estos estudiantes estén capacitados para laborar en el área comercial de cualquier entidad, pública o privada; y por ende, obtener empleos dignos donde puedan demostrar las experiencias y competencias adquiridas.

Este proyecto favorecería a dieciocho (18) jóvenes al año, considerando que inicialmente se sugiere que el programa de pasantías se realice de manera semestral, con dos (2) grupos de nueve (9) pasantes, atendiendo a las nueve (9) áreas que estarían visitando dentro de la institución.

En síntesis, se puede constatar la viabilidad de la puesta en marcha de esta propuesta, que está en conformidad con la naturaleza de la institución;

resultando el momento idóneo para presentar la misma, en virtud de que actualmente se están evaluando las diferentes opciones para destinar esfuerzos y recursos en actividades que beneficien a la sociedad.

RECOMENDACIONES

Las recomendaciones propuestas en relación a la puesta en marcha del programa de responsabilidad social corporativa en el CEI-RD son las siguientes:

- Atendiendo a los resultados de la primera etapa, considerar la realización de las pasantías de manera cuatrimestral o trimestral, para que se realicen 3 ó 4 veces al año, y de esta manera, beneficiar a una mayor cantidad de estudiantes.
- Al culminar la pasantía, los perfiles de los participantes deben quedar registrados en la base de datos de la institución, a fin de que en caso de que se tenga una posición vacante disponible, sean considerados los pasantes con mejor desempeño, de acuerdo al perfil requerido.
- Dependiendo de la capacidad de la institución, se podría considerar en un futuro, abrir cupo para estudiantes de otras carreras afines a la institución como: Economía, Relaciones Internacionales, Diplomacia y Servicios Internacionales, a fin de que estos alumnos también se beneficien del programa.
- Considerar la posibilidad de que en conjunto con las universidades que ofrecen la licenciatura de Negocios Internacionales, se faciliten charlas sobre esta carrera y el programa de pasantías a los estudiantes de 4to. y 3ro. de bachillerato de escuelas y colegios, para que los mismos puedan conocer esta licenciatura e interesarse por la misma.

- Se puede considerar ofrecer al pasante con mejor rendimiento como premio e incentivo, una posición en el CEI-RD, atendiendo a sus competencias, fin de que pueda aportar las experiencias y conocimientos adquiridos durante la realización de la pasantía.

BIBLIOGRAFIA

- Antona, M., Ducloux, M., Gómez, I., Izquierdo, E., Melgar, D., de Miguel, V., Moreno, F. y Sánchez, E. (2008). *La Responsabilidad Social Corporativa*. Madrid, España: Ingeniería Sin Fronteras.
- Bernake, B. y Frank, R. (2007). *Principios de economía*. Tercera edición. Madrid, España: Mc Graw Hill.
- Bull, B. (2004). *Responsabilidad social de las empresas: ¿Una solución para el desarrollo en América Latina?*. Revista Venezolana de Gerencia, diciembre-febrero, año/Vol. 9, Núm. 028. Universidad de Zulia, Maracaibo, Venezuela.
- Capriotti, P. y Schulze, F. (2010). *Responsabilidad social empresarial*. Barcelona, España y Santiago, Chile: Colección Libros de la Empresa EXECUTIVE Business School.
- Carroll, A. (1991). *The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders*, Business Horizons.
- Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana (CEI-RD) (2010). *Brochure Institucional*.

- **Comisión de Comunidades Europeas (2001).** *Libro Verde "Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas"*. Bruselas, Bélgica.
- **Correa, M., Flynn, S. y Amit, A. (2004).** *Responsabilidad social corporativa en América Latina: una visión empresarial*. Santiago, Chile: Naciones Unidas, División de Desarrollo Sostenible y Asentamientos Humanos de la Comisión Económica para América Latina y El Caribe (CEPAL).
- **D+i Llorente & Cuenca (2012).** *Innovación y Reputación*. Edición no venal. España: d+i Llorente & Cuenca.
- **Daniels, J. y Radebaugh, L. (2000)** *Negocios Internacionales*. Octava edición. México: Pearson Education.
- **Decreto 211-10, del Modelo CAF (Marco Común de Evaluación).** Santo Domingo, República Dominicana.
- **Fernández, R. (2009)** *Responsabilidad social corporativa*. Alicante, España: Editorial Club Universitario.
- **Ferrell, O.C., Hirt, G. y Ferrell, L. (2009)** *Introducción a los negocios*. Séptima edición. México: McGraw Hill.

- Hill, C. (2011). *Negocios Internacionales - Competencia en el Mercado Global*. Octava edición. New York, Estados Unidos: McGraw Hill.
- *Ley 8-90 sobre las Zonas Francas en la República Dominicana y Su Reglamento de Aplicación*. Santo Domingo, República Dominicana.
- Martínez, H. (2005). *El marco ético de la responsabilidad social empresarial*. Primera edición. Bogotá, Colombia: Editorial Pontificia Universidad Javeriana.
- Michelón, J. (2009) *Primer Estudio de Percepción de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en República Dominicana*. Santo Domingo, República Dominicana: PUCMM.
- Ministerio de Educación de Perú, Unión Europea y Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de Perú (2008). *Texto Escolar de Comercio Exterior para la Educación Secundaria*. Segunda edición. Lima, Perú.
- Morros, J. y Vidal I. (2005). *Responsabilidad Social Corporativa (RSC)*. Madrid, España: Fundación Confemetal.
- Navarro García, F. (2008). *Responsabilidad Social Corporativa: Teoría y práctica*. Madrid, España: ESIC Editorial.

- **Organización Internacional de Estandarización -ISO- (2010).** *Descubriendo ISO 26000.* Ginebra, Suiza.
- **Perdiguero, T. y García, A. (2005).** *La responsabilidad social de las empresas y los nuevos desafíos de la gestión empresarial.* España: Universitat de Valencia. Servei de Publicacions.
- **Romero, M. (2010).** *Nueva norma ISO 26000:2010, Responsabilidad social.*
- **Samuelson, P. y Nordhaus, dW. (2010).** *Economía 19ed con aplicaciones a Latinoamérica.* Decimonovena edición. México: McGraw Hill.
- **Seguí Alcaráz, A. (2010).** *La responsabilidad social de la empresa en las Entidades de crédito españolas: un enfoque basado en los grupos de interés.* Valencia, España: Departamento de Economía Aplicada, Universitat de Valencia. Servei de Publicacions.
- **Siliceo Aguilar, A. (2004).** *Capacitación y desarrollo de personal.* Cuarta edición. México: Limusa.
- **Vives, A., Peinado-Vara, E. (2011).** *La Responsabilidad Social de la Empresa en América Latina.* Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN) del Banco Interamericano de Desarrollo.

- Vilanova, M. y Dinarés, M. (2009). *Gestión de la Responsabilidad Social de la empresa (RSE) en las pymes. Modelo de indicadores de RSE para pymes. Manual de uso*. Barcelona, España: Red para la responsabilidad social en las pymes (RScat).

Webgrafía

- Arrondo, I. (2013). *Responsabilidad social empresarial: voluntariedad Vs. exigibilidad*. Universidad del País Vasco. Recuperado el 27 de enero, 2015. Disponible en: http://www.ehu.eus/documents/1393006/1446455/responsabilidad_social_empresarial_responsabilidad_social_empresarial.pdf
- Asociación Española para la Calidad (AEC). *Responsabilidad Social Individual (RSI)*. Recuperado el 5 de marzo, 2015. Disponible en: <http://www.aec.es/web/guest/centro-conocimiento/responsabilidad-social-individual>
- Asociación Popular de Ahorros y Préstamos (APAP). *Obra Social APAP, El Lado Verde de APAP*. Recuperado el 15 de febrero, 2015. Disponible en: <http://www.apap.com.do/views/obra-social-apap/el-lado-verde-apap-noticia.aspx>
- Asociación Popular de Ahorros y Préstamos (APAP). *Obra Social APAP, Talento Solidario*. Recuperado el 15 de febrero,

2015. Disponible en: <http://www.apap.com.do/views/obra-social-apap/talento-solidario.aspx>

- **Asociación Popular de Ahorros y Préstamos (APAP). Obra Social APAP, Un Techo por Nuestra Gente.** Recuperado el 15 de febrero, 2015. Disponible en: <http://www.apap.com.do/views/obra-social-apap/un-techo-por-nuestra-gente-noticia.aspx>
- **Asociación Popular de Ahorros y Préstamos (APAP). Obra Social APAP, Dale un chance.** Recuperado el 15 de febrero, 2015. Disponible en: <http://www.apap.com.do/views/obra-social-apap/dale-un-chance-noticia.aspx>
- **Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana (CEI-RD). *Inversión*.** Recuperado el 20 de febrero, 2015. Disponible en: <http://www.cei-rd.gov.do/ceird/Inversion.aspx>
- **Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana (CEI-RD). *Servicios del CEI-RD en materia de exportación*.** Recuperado el 20 de febrero, 2015. Disponible en: <http://www.cei-rd.gov.do/ceird/exportaciones.aspx>
- **Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana (CEI-RD). *Sobre nosotros*.** Recuperado el 20 de febrero, 2015. Disponible en: <http://cei-rd.gov.do/ceird/quienes.aspx>

- **Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales del Gobierno de Chile.** Recuperado el 23 de octubre, 2014. Disponible en: <http://www.direcon.gob.cl/glosario/>

- **Embajada de la República Dominicana en Canadá.** Recuperado el 23 de octubre, 2014. Disponible en: <http://www.drembassy.org/spanish/PATRIA/iframe.htm>

- **EUMED. Enciclopedia Virtual.** Recuperado el 22 de octubre, 2014. Disponible en: <http://www.eumed.net/cursecon/dic/c18.htm>

- **Fondo para la Infancia de las Naciones Unidas (UNICEF). (2014). UNICEF y la Responsabilidad Social Corporativa (RSC).** Recuperado el 23 de octubre, 2014. Disponible en: http://www.unicef.org/republicadominicana/support_18512.htm

- **Fundación Propagas-Gas.** Recuperado el 15 de febrero, 2015. Disponible en: <http://www.fundpropagas.com>

- **Fundación Rica, Inc. Quiénes somos?** Recuperado el 15 de febrero, 2015. Disponible en: <http://fundacionrica.org/>

- **Instituto Tecnológico de Santo Domingo (INTEC). (2014).** Recuperado el 23 de octubre de 2014. Disponible en: <https://www.intec.edu.do/asuntos-academicos/areas-academicas/negocios/item/lni>

- **Mouriz, J., (2007). RSC.** Recuperado el 15 de febrero 2015.
Disponible en: <https://mouriz.wordpress.com/2007/06/06/rsc/>

- **Organización Mundial de Aduanas (O.M.A.) (2011) *Glosario de términos aduaneros internacionales*.** Recuperado el 22 de octubre, 2014. Disponible en:
<http://www.americaribe.org.ar/es/documentos/Glossario-OMA-2011-ESP.pdf>

- **Portal Empresa Informa Forum de Yale University. *Key Resources*.** Recuperado el 20 de febrero, 2015. Disponible en:
<http://www.yale.edu/empresainforma/resources.htm>

- **Universidad APEC (UNAPEC).** Recuperado el 23 de octubre, 2014. Disponible en:
[http://www.unapec.edu.do/Academia/Decanatos/Ciencias Economicas y Empresariales/Escuelas/Mercadeo/NIN/Descripcion](http://www.unapec.edu.do/Academia/Decanatos/Ciencias_Economicas_y_Empresariales/Escuelas/Mercadeo/NIN/Descripcion)

- **Universidad de Aconcagua (2014).** Recuperado el 23 de octubre, 2014. Disponible en:
<http://www.uda.edu.ar/FCEJ/academicopasantias.php>

ANEXOS

Anexo 1. Anteproyecto



Escuela de Graduados

Anteproyecto de Trabajo Final para optar por el Título de
Maestría en Gerencia de la Comunicación Corporativa

Título

"Propuesta de diseño e implementación de programa de responsabilidad social corporativa para el Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana (CEI-RD)".

Sustentante

Adys Puello Cruz

2006-2390

Asesora

Alicia Álvarez

Santo Domingo, Distrito Nacional

Febrero 2015

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

En la actualidad, el número de organizaciones que adoptan programas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC), se incrementa cada día, no sólo en la República Dominicana, sino en todo el mundo, debido al impacto que tiene esta tendencia en los diferentes sectores de la sociedad.

Este compromiso que asumen las empresas compete tanto al sector privado como al público, ya que además de operar de manera ética y responsable, las organizaciones han decidido dar un paso más allá y destinar esfuerzos y recursos económicos y humanos, para satisfacer necesidades de la sociedad que requieren colaboración, lo cual permite además mejorar la imagen de la entidad frente a sus grupos de interés.

Uno de los sectores que demanda mayor asistencia en la República Dominicana es la educación, fundamental para el desarrollo de cualquier país y prioritario para el actual Gobierno, lo que ha hecho que muchas entidades enfoquen parte de sus programas de RSC a dicho sector, a través de la facilitación de equipos tecnológicos, capacitaciones, construcción de escuelas o centros de estudios, entre otros.

En el caso del Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana (CEI-RD), institución gubernamental encargada de la promoción y fomento de las exportaciones e inversiones, a pesar de mostrar interés en colaborar en algunas causas específicas, la misma no cuenta con programas definidos de RSC que dirijan esfuerzos para beneficiar o apoyar a la comunidad o a la población en general.

No obstante, tomando en cuenta que el Gobierno del Presidente Danilo Medina, desde sus inicios, se ha comprometido con la educación y la

generación de empleos dignos para los jóvenes dominicanos, y el auge que ha tenido la licenciatura de Negocios Internacionales en el país, considerada una carrera relativamente nueva y cuyo programa de estudios exige la realización de pasantías; el CEI-RD podría colaborar directamente con las universidades mediante la creación de un programa de pasantías que aporte conocimientos y experiencia directa de lo que ocurre a diario en esta institución que promueve el comercio exterior.

En este sentido, el establecimiento de estas capacitaciones en el marco de un programa de responsabilidad social corporativa, que esté en consonancia con la naturaleza de la institución permitirá que el CEI-RD contribuya a complementar los conocimientos obtenidos en las aulas, mejorando las competencias, habilidades y competitividad de estos alumnos y futuros profesionales, lo cual impactaría directamente en su desarrollo laboral y personal.

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

OBJETIVO GENERAL:

Diseñar una propuesta de programa de responsabilidad social corporativa para el Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana (CEI-RD), dirigido a los estudiantes de negocios internacionales de las universidades locales.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Analizar los fundamentos para establecer un programa de responsabilidad social corporativa en el CEI-RD, acorde a la naturaleza de esa institución.
- Identificar las necesidades académicas y profesionales que tienen los estudiantes de negocios internacionales de las universidades dominicanas.
- Diseñar una propuesta de programa de pasantías dirigido a estudiantes de negocios internacionales, acorde a sus necesidades académicas y profesionales.

JUSTIFICACION DE LA INVESTIGACIÓN

1) En el orden teórico

La justificación teórica de la investigación se sustenta en la comunicación corporativa, y dentro de ella, la responsabilidad social empresarial se refiere al compromiso que asume una entidad con el desarrollo, bienestar y el mejoramiento de la calidad de vida de sus diferentes públicos, como los empleados, clientes, la comunidad y la sociedad en general.

Por tanto, el establecimiento de un programa de responsabilidad social permite que la empresa contribuya directamente a la solución de problemas que afectan a la sociedad.

Esta responsabilidad conlleva una revolución en la gestión, induciendo cambios en la comunicación corporativa, tanto a nivel interno como externo de la empresa; ya que la misma incide en los diferentes públicos, siendo un factor determinante en la obtención de una favorable reputación corporativa, en la generación de credibilidad, mejora del clima laboral e incremento de la fidelidad del recurso humano hacia la empresa.

La responsabilidad social no sólo compete al sector privado sino también al público, ya que toda organización, con los recursos que dispone, puede aportar a los diferentes sectores de la sociedad.

En el caso del CEI-RD, siendo una entidad gubernamental, el establecimiento de un programa de responsabilidad social mejoraría sustancialmente la imagen de la organización ante sus públicos, ya que

estaría aportando directamente a los jóvenes dominicanos, en una causa acorde a la naturaleza de la institución.

2) En el orden metodológico

Para la investigación, se tomarán aspectos metodológicos propios de la comunicación social, dentro de ella la comunicación corporativa. En este sentido, serán utilizados los métodos cualitativos y cuantitativos.

Las herramientas a utilizar serán entrevistas a los funcionarios del CEI-RD que intervienen en el manejo de la comunicación corporativa, a fin de conocer la disposición de esa institución en aportar conocimientos y experiencias. De igual forma, se aplicarán encuestas a los estudiantes de Negocios Internacionales, a fin de identificar el interés de los mismos en participar en programas de pasantías y determinar los temas que deben ser reforzados, atendiendo a sus necesidades.

Asimismo, se utilizarán fuentes documentales y bibliográficas, para la obtención de informaciones.

3) En el orden práctico

El establecimiento de un programa de responsabilidad social que consista en pasantías para los estudiantes de Negocios Internacionales, supliría una demanda existente, al tiempo que permitiría que los interesados adquirieran conocimientos y experimenten situaciones de la vida real que les acerquen lo más posible al ambiente laboral que se vive en las organizaciones, al cual se estarán enfrentando. Esto se traduce en experiencia, mejores posiciones en el mercado laboral y mayores ingresos en un futuro.

Esto contribuirá a complementar los conocimientos obtenidos en las aulas, mejorando las competencias, habilidades y competitividad de estos alumnos y futuros profesionales, lo cual impactaría directamente en su desarrollo laboral y personal.

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

El término responsabilidad social corporativa o responsabilidad social empresarial ha sido conceptualizado por diversos autores, en busca de establecer una definición que englobe el compromiso que están asumiendo las organizaciones ante la sociedad.

"La Responsabilidad Social se refiere a la obligación que la empresa tiene de maximizar su efecto positivo en la sociedad y de minimizar el negativo. La Responsabilidad Social Empresarial tiene 4 dimensiones: económica, legal, ética y voluntaria". (Ferrell, Hirt y Ferrell, 2009, Págs. 37,50).

Ferrell et al. (2009) abarcan el concepto de RSE desde un sentido amplio, refiriéndose al impacto que las actividades que realiza determinada empresa tienen sobre la sociedad. Los mismos definen el concepto de ciudadanía corporativa, refiriéndose a la medida en que las organizaciones cumplen con las responsabilidades que los grupos de interés han depositado en ella, atendiendo a las 4 dimensiones mencionadas.

La RSE es "la responsabilidad de la compañía con el propio negocio, sociedad y medioambiente". (García y Cura, 2012, Pág. 204).

García y Cura (2012), brevemente definen la responsabilidad social como el compromiso que debe mantener una organización con sus diferentes públicos, tanto interno como externo. Por igual refieren que al momento en que las empresas comuniquen la RSE ante sus grupos de interés, deben enfocarse en los aspectos que engloba toda la gestión empresarial y no solo dar a conocer acciones sociales aisladas.

Por esto es tan importante establecer programas de RSE que definan el enfoque estratégico que seguirá una empresa al momento de cumplir con el compromiso social que ha establecido.

En el caso del Fondo para la Infancia de las Naciones Unidas (UNICEF), la RSC la definen como "la responsabilidad de una empresa en cuanto al impacto de sus actividades sobre el medio ambiente, los consumidores, los empleados, las comunidades, los actores y todos los demás miembros del ámbito público. El compromiso de las empresas con la RSC puede ser traducido a una gama de acciones, como el establecimiento de códigos de conducta, participación en iniciativas de actores múltiples, o el desarrollo de políticas y mecanismos para monitorear estos códigos". (UNICEF, 2014).

En este sentido, se podría afirmar que esta responsabilidad que asumen las empresas tiene diversas vías para ser desarrollada e impactar positivamente a la sociedad, atendiendo a la naturaleza de las organizaciones o a algún interés en particular. Las mismas pueden definir programas y acciones que apoyen a sectores sociales que requieran intervención inmediata.

Es importante destacar que la responsabilidad social abarca el compromiso de la entidad de actuar de manera ética y responsable en el ejercicio de sus funciones, adicional al compromiso con el bien común de la comunidad en la que opera.

"La Responsabilidad Social de la empresa es el compromiso que ésta tiene de contribuir con el desarrollo, bienestar y el mejoramiento de la calidad de vida de los empleados, sus familias y la comunidad en general. Es la capacidad de valorar las consecuencias que tienen en la sociedad las acciones y decisiones que tomamos para lograr los objetivos y metas propias de nuestras organizaciones". (Martínez, 2005, Pág. 31).

En esta conceptualización de responsabilidad social, Martínez (2005) se enfoca en los efectos que tienen las acciones de la empresa en sus diferentes grupos de interés o stakeholders. Este grupo no se limita sólo a los accionistas de la empresa, sino que abarca a los empleados, clientes, proveedores, competidores, la comunidad en la que opera y la sociedad en general.

Por tanto, es importante que la empresa trabaje su relación con el entorno, incluyendo como parte de su estrategia la responsabilidad social, atendiendo a la naturaleza de la organización.

Se podría afirmar que no existe un concepto único de RSE, aunque todos guardan relación con el compromiso de contribuir con el desarrollo de la sociedad; como indica la Comisión de las Comunidades Europeas en el Libro Verde, utilizado para fomentar un marco europeo para la RSE: "La mayoría de las definiciones de la responsabilidad social de las empresas entienden este concepto como la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores" (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001, Pág. 7)

Por ende, se hace indispensable que las empresas no sólo operen de manera responsable, sino que también se involucren en las causas que afectan a la comunidad y a la sociedad.

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

Aduanas: "Se refiere a los servicios administrativos responsables de la aplicación de la legislación aduanera y de la percepción de los derechos e impuestos a la importación y a la exportación y que igualmente están encargados de la aplicación de otras leyes y reglamentos vinculados, entre otros, a la importación, al tránsito y a la exportación de mercaderías". (O.M.A., 2014)

Capacitación: "Consiste en una actividad planeada y basada en necesidades reales de una empresa u organización orientada hacia un cambio en los conocimientos, habilidades y actitudes del colaborador". (Siliceo Aguilar, 2004, Pág. 25)

Comercio: Es el intercambio de bienes y servicios ya sea realizado directamente, bajo la forma de trueque, o indirectamente, por medio del dinero. (Eumed, 2014)

Comercio Internacional: Se refiere al proceso "mediante el cual las naciones exportan e importan bienes, servicios y capital". (Samuelson y Nordhaus, 2010, Pág. 345)

Exportaciones: "Bienes o servicios que se producen en un primer país y se venden a un segundo país. Estas incluyen el comercio de bienes, servicios, e intereses sobre préstamos e inversiones". (Samuelson y Nordhaus, 2010, Pág. 689)

Importación: Ingreso legal al territorio nacional de mercancía extranjera para su uso o consumo en el país. (Direcon, 2014)

Inversión: “Es la compra o construcción de nuevos bienes de capital, incluida vivienda”. (Bernake y Frank, 2007, Pág. 676).

Inversión Extranjera Directa (IED): Se refiere a la “inversión directa en operaciones empresariales de otro país. La misma se concreta cuando una empresa invierte en activos para producir o vender un bien en otro país. Cuando una empresa lleva a cabo una IED, se convierte en empresa multinacional”. (Hill, 2011, Págs. 224, 672.)

Negocios internacionales: Se refiere a “todas las transacciones de negocios, privadas y gubernamentales, que implican a dos o más países”. (Daniels y Radebaugh, 2000, Pág. 8)

Oferta exportable: “Se refiere a los productos que pueden ser ofrecidos y vendidos fuera del país, y que además cuentan con potenciales mercados externos”. (Ministerio de Educación de Perú, Unión Europea y Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de Perú, 2008. Pág. 18)

Pasantía: “Las pasantías educativas son una extensión natural del sistema de educación superior de la universidad en las empresas u organismos. Las mismas cumplen con la misión de la universidad que guía todas las actividades conforme a su Estatuto y Reglamento General. Mediante su implementación el estudiante potenciará, a través de prácticas programadas y supervisadas oportunamente, su formación e intereses académicos, científicos o profesionales”. (Universidad de Aconcagua, 2014)

Política Exterior: “se concibe como un instrumento de desarrollo, la cual se ejerce sobre una diplomacia activa que permita aprovechar las oportunidades

que se presentan en el contexto internacional". La Política Exterior Dominicana, está representada por el Ministerio de Relaciones Exteriores y esta a su vez pautada por el Presidente de la República Dominicana. (Embajada de la República Dominicana en Canadá, 2014).

Promoción: "Forma persuasiva de comunicación que intenta agilizar el intercambio de marketing incluyendo en particulares, grupos y organizaciones, para que acepten los bienes, servicios e ideas". (Ferrell et al., 2009. Pág. 566).

Responsabilidad Social Corporativa: también llamada Responsabilidad Social Empresarial, se refiere a la "obligación que la empresa tiene de maximizar su efecto positivo en la sociedad y de minimizar el negativo. La Responsabilidad Social tiene cuatro dimensiones: económica, legal, ética y voluntaria". (Ferrell et al., 2009, Págs. 37, 50).

Sectores de inversión: se refiere a los sectores de la economía que representan destacadas oportunidades de inversión. Los principales sectores que promueve el país son: turismo, infraestructura, energía renovable, centros de contactos y BPO, Software, Minería, Telecomunicaciones, Bienes Raíces, Agroindustria, Cine y Manufactura. (CEI-RD, 2014)

Tratado de Libre Comercio (TLC): se refiere a un "acuerdo regional o bilateral que busca ampliar el mercado de bienes y servicios entre los países participantes. Básicamente consiste en la eliminación o rebaja sustancial de los aranceles para los bienes entre las partes, y acuerdos en materia de servicios. Este acuerdo se rige por las reglas de la Organización Mundial de Comercio (OMC) o por mutuo acuerdo entre los países participantes". (DIRECON, 2014)

Zonas Francas: Se define como un "área geográfica del país, sometida a los controles aduaneros y fiscales especiales establecidos, en la cual se permite la instalación de empresas que destinen su producción o servicios hacia el mercado externo, mediante el otorgamiento de los incentivos necesarios para fomentar su desarrollo".(Ley 8-90 sobre las Zonas Francas en RD, 1997, Artículo 2.)

MARCO ESPACIAL Y TEMPORAL

La investigación se realizará en Santo Domingo, República Dominicana, durante los meses enero-abril de 2015.

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Atendiendo al nivel de conocimientos, se utilizará la investigación:

- **Descriptiva:** a fin de poder definir las características y componentes del problema de investigación; utilizando el método de análisis, lograr señalar las características y propiedades del objeto de estudio.
- **Explicativa:** con el objetivo de establecer la relación entre las variables del problema, a fin de determinar las causas y consecuencias de poner en marcha el programa. Se utilizarán los métodos analítico y sintético, en conjugación con el deductivo y el inductivo, para responder o dar cuenta del porqué del objeto que se investiga.

Fuentes y Técnicas de Investigación

Para la realización del presente trabajo de investigación se utilizarán fuentes primarias y secundarias. Entre las primarias se mencionan libros, textos, revistas, entre otros. Las secundarias: diccionarios, enciclopedias, etc.

Las técnicas utilizadas serán: encuestas a estudiantes de la carrera de Negocios Internacionales y entrevistas a las gerentes de Recursos Humanos y de Comunicaciones del CEI-RD.

ÍNDICE

RESUMEN

INTRODUCCION

CAPITULO I. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

- 1.1 Concepto de responsabilidad social
- 1.2 La responsabilidad social corporativa (RSC)
- 1.3 Antecedentes de la responsabilidad social corporativa
- 1.4 Importancia e impacto de la responsabilidad social corporativa
- 1.5 Programas de responsabilidad social implementados en organizaciones nacionales

CAPITULO 2. DISEÑO DE UN PROGRAMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA PARA EL CEI-RD

- 2.1 Antecedentes
- 2.2 Descripción del programa
- 2.3 Proceso de convocatoria y selección
- 2.4 Alianzas con entidades públicas y privadas
- 2.5 Agenda de trabajo
- 2.6 Presupuesto
- 2.7 Cronograma

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

BIBLIOGRAFÍA DE LA INVESTIGACIÓN

- Arrondo, I. (2013). *Responsabilidad social empresarial: voluntariedad Vs. exigibilidad*. Universidad del País Vasco. Recuperado el 27 de enero, 2015. Disponible en:**
http://www.ehu.eus/documents/1393006/1446455/responsabilidad_social_empresarial_responsabilidad_social_empresarial.pdf
- Bernake, B. & Frank, R. (2007). *Principios de economía*. Tercera edición. Madrid, España: Mc Graw Hill. Pág. 676.**
- Capriotti, P. & Schulze, F. (2010). *Responsabilidad social empresarial*. Barcelona, España y Santiago, Chile: Colección Libros de la Empresa EXECUTIVE Business School.**
- Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana (CEI-RD). *Sectores de Inversión*. Recuperado el 24 de octubre, 2014. Disponible en: <http://cei-rd.gov.do/ceird/inversion.aspx#cene>**
- Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana (CEI-RD) (2010). *Brochure Institucional*.**
- Comisión de Comunidades Europeas (2001). *Libro Verde "Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas"*. Recuperado el 27 de enero, 2015. Disponible en: <http://www.oiss.org/atprlja/?Libro-verde-sobre-Responsabilidad>. Pág. 7.**

Consejo Nacional de Zonas Francas de Exportación (CNZFE). *Ley 8-90 sobre las Zonas Francas en la República Dominicana y Su Reglamento de Aplicación*. Recuperado el 22 de octubre, 2014.
Disponible en: <http://www.cnzfe.gob.do/marcolegal.htm>

Córdoba, A. (2007). *El Corazón de las empresas: Responsabilidad social corporativa y conciliación de la vida profesional y personal*. Madrid, España: ESIC Editorial. Recuperado el 2 de febrero, 2015. Disponible en: <https://books.google.es/books?id=DH2EvIF7CQEC&printsec=frontcover&dq=responsabilidad+social&hl=es&sa=X&ei=INXHVPKkL8yHsQSOo4HoCw&ved=0CGIQ6AEwCA#v=onepage&q=responsabilidad%20social&f=false>

Correa, M., Flynn, S. & Amit, A. (2004). *Responsabilidad social corporativa en América Latina: una visión empresarial*. Santiago, Chile: Naciones Unidas (CEPAL).

Daniels, J. & Radebaugh, L. (2000) *Negocios Internacionales*. Octava edición. México: Pearson Education. Pág. 8.

D+i Llorente & Cuenca (2012). *Innovación y Reputación*. Edición novena. España: d+i Llorente & Cuenca. Pág. 204

Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales del Gobierno de Chile. Recuperado el 23 de octubre, 2014.
Disponible en: <http://www.direcon.gob.cl/glosario/>

Embajada de la República Dominicana en Canadá. Recuperado el 23 de octubre, 2014. Disponible en: <http://www.drembassy.org/spanish/PATRIA/iframe.htm>

EUMED. Enciclopedia Virtual. Recuperado el 22 de octubre, 2014. Disponible en: <http://www.eumed.net/cursecon/dic/c18.htm>

Fernández, R. Responsabilidad social corporativa. Alicante, España: Editorial Club Universitario. Recuperado el 29 de enero, 2015. Disponible en: <https://books.google.es/books?id=295vqLhaTioC&printsec=frontcover&dq=responsabilidad+social&hl=es&sa=X&ei=0eTHVlvcB5X-sAThzYlw&ved=0CD4Q6AEwAigK#v=onepage&q=responsabilidad%20social&f=false>

Ferrell, O.C., Hirt, G. & Ferrell, L. (2009) Introducción a los negocios. Séptima edición. México: McGraw Hill. Págs. 37, 50, 566.

Fondo para la Infancia de las Naciones Unidas (UNICEF). (2014). UNICEF y la Responsabilidad Social Corporativa (RSC). Recuperado el 23 de octubre, 2014. Disponible en: http://www.unicef.org/republicadominicana/support_18512.htm

Hill, C. (2011). Negocios Internacionales - Competencia en el Mercado Global. Octava edición. New York, Estados Unidos: McGraw Hill. Págs. 224, 672.

Instituto Tecnológico de Santo Domingo (INTEC). (2014). Recuperado el 23 de octubre de 2014. Disponible en:

<https://www.intec.edu.do/asuntos-academicos/areas-academicas/negocios/item/lni>

Martínez, H. (2005). *El marco ético de la responsabilidad social empresarial*. Primera edición. Bogotá, Colombia: Editorial Pontificia Universidad Javeriana. Pág. 31. Recuperado el 29 de enero, 2015. Disponible en: <https://books.google.es/books?id=FNtOLTYrftEC&printsec=frontcover&dq=responsabilidad+social&hl=es&sa=X&ei=INXHVPKkL8yHsQSOo4HoCw&ved=0CEcQ6AEwAw#v=onepage&q=responsabilidad%20social&f=false>

Michelén, J. (2009) *Primer Estudio de Percepción de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en República Dominicana*. Santo Domingo, República Dominicana: PUCMM.

Ministerio de Educación de Perú, Unión Europea y Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de Perú (2008). *Texto escolar de comercio exterior para la educación secundaria*. Segunda edición. Lima, Perú. Pág. 18.

Morrós, J. & Vidal I. (2005). *Responsabilidad Social Corporativa (RSC)*. Madrid, España: Fundación Confemetal. Recuperado el 3 de febrero, 2015. Disponible en: <https://books.google.es/books?id=ctMhZbUX5G4C&printsec=frontcover&dq=responsabilidad+social&hl=es&sa=X&ei=INXHVPKkL8yHsQSOo4HoCw&ved=0CFgQ6AEwBq#v=onepage&q=responsabilidad%20social&f=false>

Organización Mundial de Aduanas (O.M.A.) (2011) *Glosario de términos aduaneros internacionales*. Recuperado el 22 de octubre, 2014. Disponible en: <http://www.americaribe.org.ar/es/documentos/Glosario-OMA-2011-ESP.pdf>

Perdiguero, T. & García, A. (2005). *La responsabilidad social de las empresas y los nuevos desafíos de la gestión empresarial*. España: Universitat de Valencia. Servei de Publicacions. Recuperado el 2 de febrero, 2015. Disponible en: <https://books.google.es/books?id=aUJcjh0o-v8C&printsec=frontcover&dq=responsabilidad+social&hl=es&sa=X&ei=quTHVICzK8qJsQSU84HYCA&ved=0CDkQ6AEwAQ/v=onepage&q=responsabilidad%20social&f=false>

Samuelson, P. & Nordhaus, W. (2010). *Economía 19ed con aplicaciones a Latinoamérica*. Decimonovena edición. México: McGraw Hill. Págs. 345, 689.

Siliceo Aguilar, A. (2004). *Capacitación y desarrollo de personal*. Cuarta edición. México: Limusa. Pág. 25.

Universidad APEC (UNAPEC). Recuperado el 23 de octubre, 2014. Disponible en: [http://www.unapec.edu.do/Academia/Decanatos/Ciencias Economicas y Empresariales/Escuelas/Mercadeo/NIN/Descripcion](http://www.unapec.edu.do/Academia/Decanatos/Ciencias_Economicas_y_Empresariales/Escuelas/Mercadeo/NIN/Descripcion)

Universidad de Aconcagua (2014). Recuperado el 23 de octubre, 2014.

Disponible en:

<http://www.uda.edu.ar/FCEJ/academicopasantias.php>

Vilanova, M. y Dinarés, M. (2009). *Gestión de la Responsabilidad Social de la empresa (RSE) en las pymes. Modelo de indicadores de RSE para pymes. Manual de uso.* Barcelona, España: Red para la responsabilidad social en las pymes (RScat).

Anexo 2. Aspectos institucionales del CEI-RD

1. Reseña Histórica

El Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana (CEI-RD) fue creado el 17 de junio de 2013, a raíz de la fusión de dos instituciones gubernamentales, el Centro Dominicano de Promoción de Exportaciones (CEDOPEX) y la Oficina para la Promoción de Inversiones de la República Dominicana (OPI-RD), mediante la Ley No. 98-03.

El Consejo Directivo de la institución está integrado por las siguientes entidades del sector público y privado:

- Ministerio de Industria y Comercio (MIC)
- Ministerio de Relaciones Exteriores (MIREX)
- Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo (MEPYD)
- Ministerio de Hacienda
- Ministerio de Agricultura
- Dirección General de Aduanas (DGA)
- Consejo Nacional de Zonas Francas de Exportación (CNZFE)
- PROINDUSTRIA
- Consejo Nacional de Competitividad (CNC)
- Asociación de Empresas de Inversión Extranjera (ASIEX)
- Cámara de Comercio y Producción de Santo Domingo
- Cámara de Comercio y Producción de Santiago
- Asociación Dominicana de Exportadores (ADOEXPO)
- Junta Agroempresarial Dominicana (JAD)

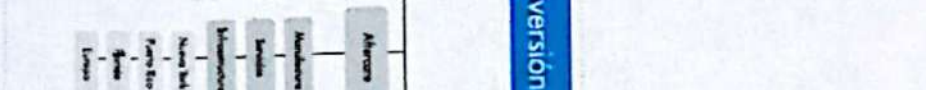
- Consejo Nacional de la Empresa Privada (CONEP)
- Confederación Dominicana de la Pequeña y Mediana Empresa (CODOPYME)
- Asociación Dominicana de Zonas Francas (ADOZONA)

Es representado por un Director Ejecutivo, con rango de Secretario de Estado, el cual es designado por el Poder Ejecutivo, a quien reporta directamente.

2. Funciones Principales del CEI-RD

- Diseñar y ejecutar la campaña y el material promocional relativo a las distintas áreas de inversión del país.
- Realizar seminarios, foros, misiones comerciales y demás actividades para proporcionar la orientación e información necesaria a los exportadores e inversionistas y proveerles de las facilidades correspondientes a sus objetivos de inversión.
- Trabajar en conjunto con el sector público y privado de la República Dominicana, para diseñar, financiar, coordinar, supervisar y evaluar nuevos programas de promoción con la finalidad de incrementar las exportaciones y las inversiones directas.
- Realizar estudios de identificación de la oferta exportable, nacional existente y potencial, que incremente y haga sostenible la misma.
- Realizar estudios sobre los flujos y tendencias de la inversión extranjera directa (IED), sobre el papel de las empresas transnacionales y su impacto sobre la competitividad internacional de la República Dominicana.

- Orientar y dirigir la promoción de las exportaciones y las inversiones directas, entendiéndose como tal, entre otros aspectos, el cumplimiento de programas de difusión de oportunidades de exportación e inversión y la creación y divulgación de una "Marca País".
- Llevar un registro de las inversiones y las exportaciones de la República Dominicana.
- Servir de centro de compilación y distribución de información sobre exportaciones, inversiones, y otros materiales de comunicación y como punto central de contacto de posibles inversionistas.
- Dar seguimiento a las negociaciones internacionales en todo lo referente a exportaciones e inversiones, y proponer alternativas de participación en los diferentes acuerdos multilaterales, regionales y bilaterales que resulten convenientes para el país.
- Facilitar directa o indirectamente, asesoría técnica y especializada a productores, exportadores o inversionistas.



4. Estructura del equipo de Exportaciones “Dominicana Exporta”.

4.1 Organigrama

Equipo Dominicana Exporta



4.2 Funciones principales por departamento

A través del equipo DOMINICANA EXPORTA, responsable de promover la oferta exportable del país hacia los mercados internacionales, la entidad ofrece toda la asistencia necesaria para el desarrollo y permanencia de las exportaciones de productos dominicanos.

Para lograr este objetivo a través de las unidades que conforman DOMINICANA EXPORTA, se ofrecen los siguientes servicios:

Gerencia Desarrollo Oferta Exportable (GDOE)

- Asistencia técnica en materia de exportación a pequeños, medianos productores y exportadores.
- Administración de Incentivos a través del Régimen de admisión temporal para perfeccionamiento activo (Ley 84-99) y el Permiso de comercialización y exportación de desperdicios de metales (Decreto 334-07).

Gerencia de Nuevos Negocios de Exportación (GNN)

- Detección y difusión de oportunidades de negocios en mercados internacionales.
- Participación en actividades sobre promoción de exportaciones (ferias, exposiciones nacionales e internacionales y misiones comerciales internacionales y revertidas).

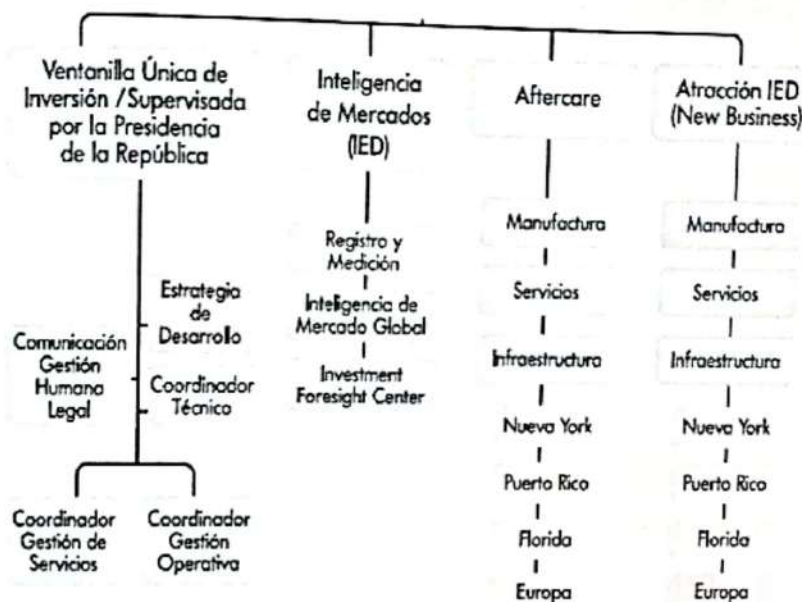
Gerencia Investigación de Mercados (GIM)

- Información Estadística de exportación.
- Directorio de Exportadores.
- Investigaciones de Mercados.
- Perfiles de productos.
- Análisis de mercados.

5. Estructura del equipo de Inversiones "Invest In the DR".

5.1 Organigrama

Equipo Inversión



5.2 Funciones principales por departamento

Invest in the DR es el equipo responsable de la promoción e incentivo de la inversión extranjera directa en la República Dominicana. Su objetivo consiste en proveer servicios de apoyo a inversionistas nacionales y extranjeros, ofreciendo asistencia personalizada, asesoría legal y de

negocios durante todo el proceso de inversión, además de brindarles el seguimiento post-inversión (Aftercare), una vez instalados en el país.

Este equipo está conformado por las siguientes gerencias:

Gerencias de Atracción IED (New Business)

Es responsable de la captación de Inversión Extranjera Directa (IED) mediante la promoción proactiva del país como principal destino para invertir, a través, de la generación de empleos, la transferencia de tecnología, el conocimiento y la responsabilidad social.

Servicios que ofrece la Gerencia:

- Asistencia técnica al inversionista, incluyendo asesoría de negocios, legal y acompañamiento durante todo el proceso de inversión, garantizando la rapidez, eficiencia y optimización de los recursos disponibles.
- Elaboración de presentaciones, propuestas e informes sobre atracción de nuevos negocios, en sinergia con las áreas de Inteligencia de Mercados y la Ventanilla Única de Inversión (VUI-RD).
- Coordinación de actividades de promoción a nivel nacional e internacional con el objetivo de incentivar la inversión extranjera en la República Dominicana.

Expansión de Inversión Extranjera Directa (Aftercare)

La Gerencia de Servicios Post-Inversión de IED del CEI-RD presta asesoría y asistencia a los inversionistas, sin costo alguno, en los procedimientos y retos que puedan enfrentar una vez han iniciado sus

operaciones en el país; apoyándolos de igual manera en el desarrollo de sus operaciones, brindándoles soporte y promoviendo sus planes de expansión y creación de nuevos puestos de trabajo.

Servicios que ofrece la Gerencia:

- Seguimiento y asistencia técnica continúa a las empresas de inversión extranjera establecidas en el país.
- Facilitación de trámites para la obtención de permisos y autorizaciones relacionadas con las operaciones y expansiones de las empresas establecidas en el país.
- Proveer retroalimentación a las instituciones gubernamentales sobre las necesidades de los inversionistas y proponer iniciativas legislativas y proyectos diversos para fortalecer el marco legal y las políticas nacionales, con miras a mejorar el clima de negocios de las empresas establecidas en el país.
- Colaboración en la creación y desarrollo de clúster, asociaciones y gremios empresariales con la participación de empresas locales y de inversión extranjera.
- Apoyo en la creación y promoción de programas de capacitación alineados a las necesidades de las empresas de IED.
- Coordinación y realización de ferias de empleos, de acuerdo a las necesidades de recursos humanos en sectores específicos.

Inteligencia de Mercados para IED

Contribuye de manera proactiva en la promoción de la IED, mediante la generación, análisis y difusión de información estadística, comportamientos y tendencias actuales de la inversión extranjera.

Unidad Inteligencia de Mercados

- Apoya proactivamente la promoción de IED a través del suministro de información económica y comercial relevante y oportuna, análisis de mercados y sectoriales que permitan conocer las tendencias actuales sobre inversión extranjera a nivel nacional e internacional.
- Ofrece información estratégica a clientes internos y externos sobre la IED y la economía en general.

Unidad Registro de la IED

- Registra y transparenta la IED por medio de la evaluación proactiva de las solicitudes recibidas.
- Elaborar perfiles de sectores y países orientados a la Inversión Extranjera.
- Ofrecer información relevante y actualizada a clientes internos y externos en materia de inversión extranjera, mercados, sectores, tendencias y economía en general.
- Realizar el Registro de la IED y Certificado de Contratos de Transferencia de Tecnología e informar acerca del Registro de Inversión Extranjera a inversionistas y público en general.

Ventanilla Única de Inversión de la República Dominicana (VUI-RD).

Es un proyecto de la Presidencia de la República bajo la Dirección Ejecutiva del CEI-RD, que busca fomentar y eficientizar los procesos de inversiones nacionales y extranjeras en cualquiera de los sectores de bienes y servicios del país.

La VUI-RD reúne en un punto centralizado las principales instituciones públicas otorgadoras de permisos, licencias y certificaciones necesarias para

llevar a cabo un proyecto de inversión en el país. La misma se crea en virtud del Decreto No. 626-12 de fecha 10 de noviembre de 2012, el cual crea también la Comisión Presidencial de coordinación de la VUI-RD integrada por determinados ministerios e instituciones que participan en la cadena de los principales sectores de inversión. Dicha comisión está presidida por el Ministerio de la Presidencia y cuya Secretaría Ejecutiva está a cargo del CEI-RD.

Servicios:

- Coordinación y gestión de permisología a través de un solo punto, a fin de tramitarla ante las instituciones otorgadoras de permisos, licencias y certificaciones, según corresponda.
- Como valor agregado, la VUI-RD acompaña al inversionista de la mano en todo el proceso administrativo y regulatorio.

Sectores de Inversión bajo la VUI-RD: Son los sectores productivos de bienes y servicios de la República Dominicana identificados como los prioritarios de inversión e incluyen: turismo, telecomunicaciones, energía, manufactura, infraestructura, cine y audiovisuales, agricultura y minería.

6. Gerencias del equipo “Servicios Corporativos” que colaboran directamente con “Dominicana Exporta” e “Invest in the DR”.

Oficinas Internacionales

Organiza y dirige el servicio de Representantes Comerciales del CEI-RD en el exterior, para la promoción de las exportaciones dominicanas y la atracción de inversiones extranjeras al país. De igual forma, coordina y supervisa la ejecución de los planes y programas de promoción y asistencia a las exportaciones a nivel internacional.

Entre sus funciones principales:

- Enlace entre las áreas de la institución y la red de representantes en el exterior, para dar soporte a la función de promoción de inversiones y exportaciones.
- Apoyo en proyectos y programas, dando soporte a todos los representantes CEI-RD.
- Asistencia a los clientes internos y externos en la búsqueda de informaciones en los mercados internacionales y apoyo en la coordinación de ferias y misiones comerciales.

Oficinas Regionales

Esta Gerencia fue creada para servir de apoyo a los departamentos de Exportación e Inversión. Permite la formación de un personal capacitado nativo de las zonas donde están ubicadas las oficinas regionales del CEI-RD en el país, capaz de brindar todos los servicios técnicos que a favor de los exportadores e inversionistas ofrece la institución sin la necesidad de tener que acudir a la ciudad de Santo Domingo en procura de estos servicios.

Gerencia Políticas Comerciales y de Inversión

Tiene como finalidad desarrollar iniciativas con miras al mejoramiento y/o sostenibilidad del clima de negocios en la República Dominicana a nivel general. Así como participar en las negociaciones comerciales en los temas relativos a inversión y acceso a mercados.

Funciones:

- Participa en las negociaciones comerciales internacionales en el tema de acceso a mercados y en las diferentes Comisiones y Comités de Trabajo de los Acuerdos Comerciales; desarrollando y dando

seguimiento a Políticas de Comercio que contribuyan al mejoramiento del clima de negocios.

- Asesora y recomienda a las empresas sobre los procesos industriales a desarrollar para el aprovechamiento de las preferencias de los Acuerdos Comerciales y evalúa los productos de las empresas para comprobar el cumplimiento de las reglas de origen establecidas en dichos Acuerdos.
- Orienta a los inversionistas sobre las leyes, reglamentos, disposiciones y procedimientos relacionados con los trámites del proceso de inversión.
- Revisa periódicamente todas las leyes y verifica, conjuntamente con el congreso, las posibles modificaciones en búsqueda de mejorar el clima de Negocios del País.
- Brinda apoyo continuo a la Comisión Nacional de Negociaciones Comerciales (CNNC) y al Ministerio de Relaciones Exteriores en las negociaciones de los acuerdos de inversión.

Anexo 3. Instituciones públicas y privadas relacionadas al comercio exterior de la República Dominicana

Instituciones gubernamentales:

- **Ministerio de Industria y Comercio (MIC):** Es la institución encargada de la fijación y aplicación de las políticas industrial, comercial, de minería y energía del Gobierno Nacional.

Lo conforman los viceministerios de Comercio Exterior, de Comercio Interno, de Zonas Francas y Regímenes Especiales, de Fomento a las PYMES, de Desarrollo Industrial y de Energía y Minas.

- **Ministerio de Relaciones Exteriores (MIREX):** Es el responsable de implementar la Política Exterior del país, trazada por el Presidente de la República.

Tiene como misión impulsar una Política Exterior en beneficio de los intereses del país y sus nacionales, orientada a la defensa y salvaguarda de su soberanía, a la promoción de la paz y la seguridad internacional, así como reforzar los mecanismos de carácter multilateral y bilateral en apoyo a la estrategia nacional de desarrollo y a la solución de los problemas y temas comunes de la comunidad internacional, conforme a los principios políticos, económicos, sociales, éticos y jurídicos establecidos en la Constitución.

- **Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo (MEPYD):** Articula la conducción del sistema de planificación con los demás sistemas transversales del Estado Dominicano tales como los

sistemas de presupuesto, de contabilidad gubernamental, de tesorería, de crédito público, entre otros, en pro de asegurar un desarrollo con unidad económica, social, territorial y administrativa.

- **Ministerio de Hacienda:** Su misión es mantener y asegurar la disciplina y sostenibilidad fiscal, contribuyendo a la estabilidad macroeconómica, mediante el diseño y conducción de una eficiente y equitativa política de ingresos, financiamiento y gastos públicos.
- **Ministerio de Agricultura:** Es el órgano rector del sector agropecuario nacional. Su misión es formular y dirigir las políticas agropecuarias de acuerdo con los planes generales de desarrollo del país, para que los productores aprovechen las ventajas comparativas y competitivas en los mercados y contribuir de esa manera a garantizar la seguridad alimentaria, la generación de empleos productivos y de divisas y el mejoramiento de las condiciones de vida de la población.
- **Dirección General de Aduanas (DGA):** Facilita y controla el comercio de la República Dominicana con el resto del mundo, teniendo como fundamento la eficiencia y transparencia de los procesos aduaneros, acorde con las mejores prácticas internacionales de la administración aduanera, el control de la evasión fiscal y el comercio ilícito, el fortalecimiento de la seguridad nacional y la protección de la salud y el medio ambiente.
- **Consejo Nacional de Zonas Francas de Exportación (CNZFE):** Es la autoridad oficial que regula el cumplimiento de la Ley 8-90, sobre Zonas Francas de Exportación, la cual fomenta, evalúa y aprueba el

establecimiento de nuevas empresas, así como el desarrollo de las existentes.

Está integrado por representantes de los sectores público y privado, y tiene como misión impulsar el crecimiento y desarrollo del sector zonas francas en la República Dominicana, delineando políticas que garanticen el mantenimiento de los niveles de productividad y competitividad de las empresas establecidas.

- **PROINDUSTRIA:** El Centro de Desarrollo y competitividad Industrial (PROINDUSTRIA), surge en virtud de la Ley No.392-07 de fecha 4 de diciembre del 2007, denominada Ley de Competitividad Industrial, como un ente regulador y representativo de todos los proyectos, planes y medidas del Sector Industrial del país, con el carácter y la responsabilidad necesarios, que permitan hacer real y efectivamente competitivo el mismo.

Es su objetivo principal, el desarrollo competitivo de la industria manufacturera nacional, proponiendo las políticas y programas de apoyo que estimulen la renovación e innovación industrial, a los fines de alcanzar la diversificación del aparato productivo del país, el encadenamiento industrial, mediante el fomento de los Parques, Distritos Industriales, y la vinculación a mercados internacionales.

- **Consejo Nacional de Competitividad (CNC):** Organismo en el que participan los sectores público y privado (tiene esencia mixta, aunque es una entidad del Gobierno Dominicano), creado el 3 de noviembre de 2001 mediante un Decreto Presidencial y ratificado el 10 de enero del año 2006 por medio de la Ley No.1-06.

Su objetivo principal es formular, implementar y desarrollar las estrategias competitivas de los sectores productivos vitales de la economía del país, con el fin de estructurar una política nacional para enfrentar los retos de la globalización y la apertura comercial.

Empresas del sector privado:

- **Asociación de Empresas de Inversión Extranjera (ASIEX):** Esta Asociación integra una serie de empresas de inversión extranjera, con diferentes actividades productivas como cementos, minería, comunicaciones, energía, laboratorios, consultoría, legal, bebidas, turismo, entre otras.
- **Cámara de Comercio y Producción de Santo Domingo (CCPSD):** El objetivo principal es el fortalecimiento y promoción de las actividades económicas dentro de Santo Domingo, sujetándose a los cánones legales y las normas de ética comercial.

Su misión es proveer asesoramiento, productos y servicios de excelencia que permitan una mayor interactividad comercial, el robustecimiento de la competitividad, la creación de empleos y la formalidad sectorial.

- **Cámara de Comercio y Producción de Santiago:** Es una institución con personalidad jurídica, de carácter autónomo, destinada a favorecer el desarrollo y la estabilidad de las actividades económicas del país y especialmente la de aumentar el bienestar y el progreso de

Santiago. Se rige por la ley número 50-87 del 4 de junio del 1987, así como por sus bases y estatutos internos.

- **Asociación Dominicana de Exportadores (ADOEXPO):** Es una entidad privada sin fines de lucro, incorporada mediante el Decreto No. 2374 de fecha 15 de junio de 1972, que se rige por los Estatutos aprobados el 4 de marzo de 1972 y por las leyes de la República Dominicana para la defensa de los Exportadores.

Se dedica a fomentar, defender y promover las exportaciones de bienes y servicios de la República Dominicana, a través de la gestión de consultas, capacitaciones, proyectos y actividades relacionadas al sector.

- **Junta Agroempresarial Dominicana (JAD):** Es la principal organización Agroempresarial privada del país. Agrupa la mayoría de las Agroempresas y asociaciones de productores individuales. Fundada el 12 de diciembre de 1984 e incorporada mediante el decreto No. 3233 del 13 de agosto de 1985.

Tiene como misión apoyar el aumento de la producción y la productividad, haciendo uso sostenible de los recursos naturales y el medio ambiente, mejorar la cantidad de los productos y capacidad gerencial de los productores, para que mejoren su competitividad en los mercados nacionales e internacionales.

- **Consejo Nacional de la Empresa Privada (CONEP):** Es la organización que aglutina la mayor parte de las empresas privadas en la República Dominicana. Su misión es liderar el fortalecimiento del

sistema de libre empresa, participando activamente como agente de cambio y transformación, en la consolidación de la democracia y sus instituciones, para promover el desarrollo económico y social de la nación dominicana.

- **Confederación Dominicana de la Pequeña y Mediana Empresa (CODOPYME):** Es una organización sin fines de lucro, cuya misión es representar los intereses de la MIPYMES dominicanas ante todos los actores sociales, políticos y económicos nacionales e internacionales y prestar servicios sostenibles para la competitividad de las empresas asegurando su desarrollo empresarial, solidez financiera y el de las organizaciones asociativas.
- **Asociación Dominicana de Zonas Francas (ADOZONA):** Representa a los parques industriales y a las empresas de zonas francas en la República Dominicana. Es una entidad no gubernamental sin fines de lucro, conformada por las Empresas de Zonas Francas Especiales, Asociaciones de Empresas de Zonas Francas y Operadoras de Parques Industriales Privados, ubicadas en todo el territorio nacional.

La Asociación fue reconocida mediante el Decreto No. 579-88, del 18 de diciembre de 1988. Su misión es representar las empresas de zona franca del país, promoviendo su desarrollo y su inserción competitiva en los mercados internacionales.

Anexo 4. Formato de encuesta

DIRIGIDA A ESTUDIANTES DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

(Para fines académicos)

Fecha _____

Edad _____ Sexo: F _____ M _____ Universidad en la que estudia _____

1. Tiempo cursado en la licenciatura de Negocios Internacionales.

0-2 años _____ 3-4 años _____ Más de 4 años _____

2. ¿Su programa educativo le exige realizar una pasantía para cumplir requisitos académicos?

Sí _____ No _____

Si la respuesta es sí, pasar a la siguiente pregunta, si es no, pasar a la pregunta 5.

3. ¿Usted ya realizó su pasantía para cumplir estos requisitos?

Sí _____ No _____

4. ¿En cuál sector realizó o tiene interés en hacer su pasantía?

Público _____ Privado _____

5. ¿Cuáles temas del área de negocios internacionales le interesa sean incluidos dentro de un programa de pasantías?

Exportación _____ Importación _____ Inversión extranjera _____

Diplomacia _____ Tratados Comerciales _____ Derecho internacional _____

Investigación de Mercados ____ Casos de Éxito de Empresas de RD ____

Todos los anteriores ____ Otro: _____

6. ¿En cuál sector desea desarrollarse profesionalmente?

Gobierno ____ Sector Privado ____ Independiente ____

7. ¿Ha escuchado sobre el Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana (CEI-RD)?

Sí ____ No ____

En caso de que su respuesta sea sí continúe con la próxima pregunta, en caso de que sea negativa, gracias por su colaboración.

8. ¿Conoce la función del CEI-RD?

Sí ____ No ____

¿Cuál entiende que es?:

9. ¿A través de que medio conoce al CEI-RD?

Prensa escrita ____ Amigos ____ Universidad ____

Redes Sociales ____ Radio ____ TV ____

Actividades realizadas por la institución ____ Otro ____

10. ¿Le interesaría hacer una pasantía en el CEI-RD?

Sí ____ No ____

11. ¿Le interesaría laborar en el CEI-RD al término de una pasantía?

Sí ____ No ____

Anexo 5. Modelo del cuestionario para entrevista

A FUNCIONARIOS DEL CEI-RD

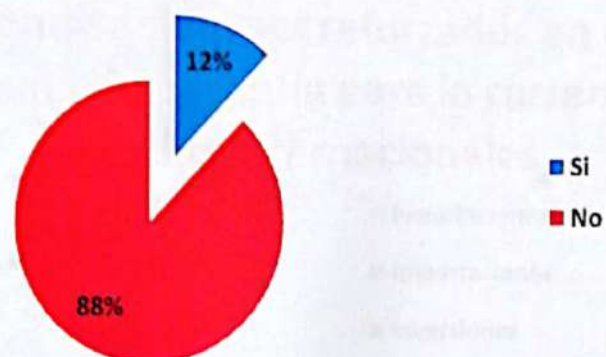
1. ¿El CEI-RD tiene establecido programas de Responsabilidad Social Corporativa?
2. ¿Cuáles acciones desarrolla el CEI-RD en beneficio de la sociedad?
3. ¿La institución tiene programas de pasantía para estudiantes universitarios? En caso de que la respuesta sea positiva, ¿Para cuáles carreras de grado y postgrado?
4. ¿Entiende que el establecimiento de un programa de Responsabilidad Social Corporativa para estudiantes de Negocios Internacionales sería factible para la institución? ¿En cuáles aspectos?
5. ¿Cómo el CEI-RD podría colaborar en el desarrollo profesional de los estudiantes de Negocios Internacionales del país?
6. ¿En vista de que el CEI-RD es una institución promotora del comercio exterior, cuales herramientas o conocimientos podría aportar la entidad a los estudiantes de negocios internacionales?
7. ¿Cuáles son las competencias que debe tener un profesional para formar parte del CEI-RD?
8. ¿Cuáles aspectos de la identidad corporativa de la institución entiende deben transmitirse a los posibles pasantes?

Anexo 6. Resultados de las encuestas realizadas

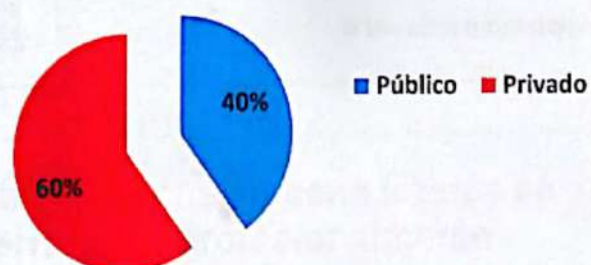
RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS A LOS ESTUDIANTES DE NEGOCIOS INTERNACIONALES



¿Ya realizó su pasantía?



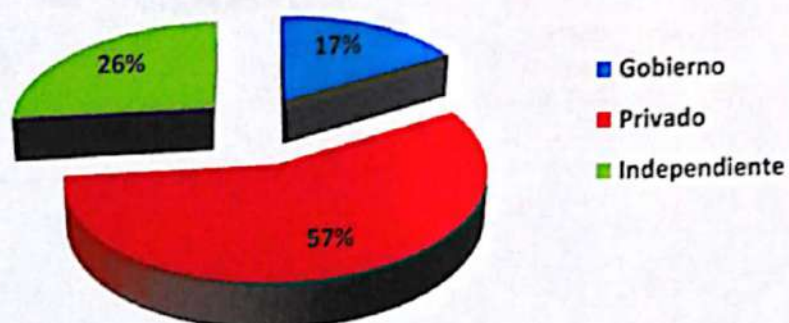
Sector en que tiene interés en realizar la pasantía



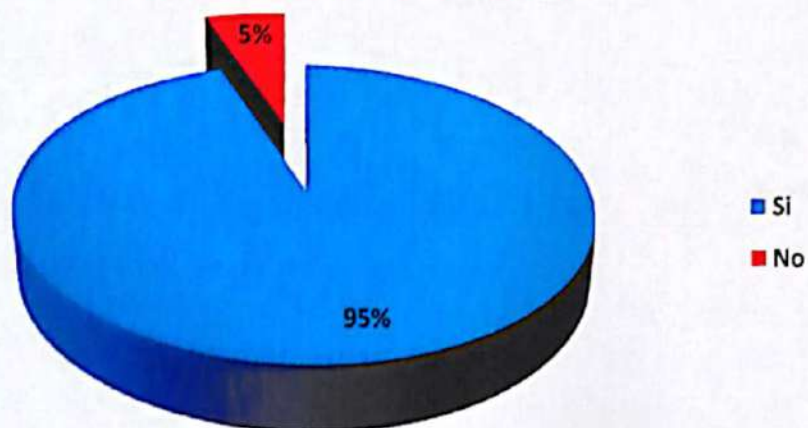
Temas relacionados al comercio exterior que entiende deben ser reforzados en un programa de pasantía para la carrera de Negocios Internacionales



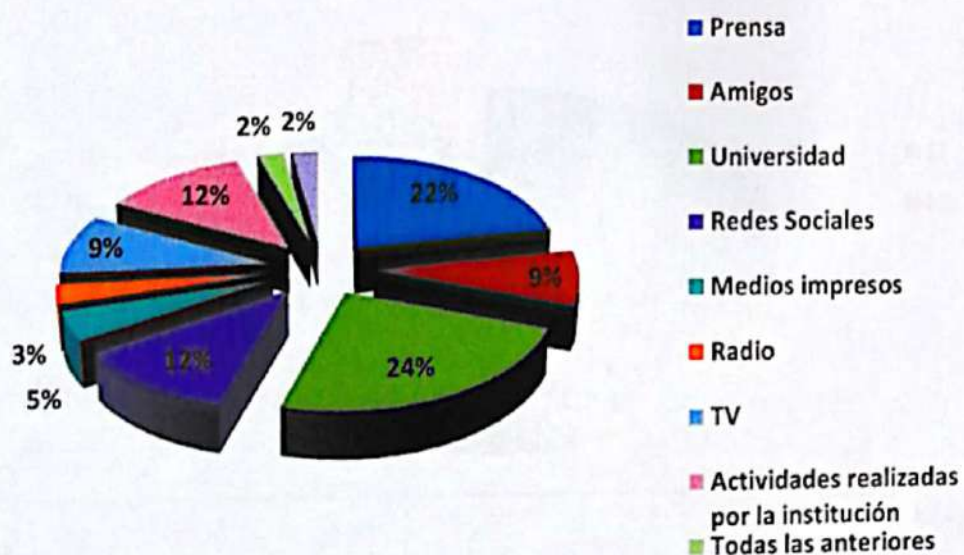
Sectores en los cuales tiene interés en desarrollarse profesionalmente



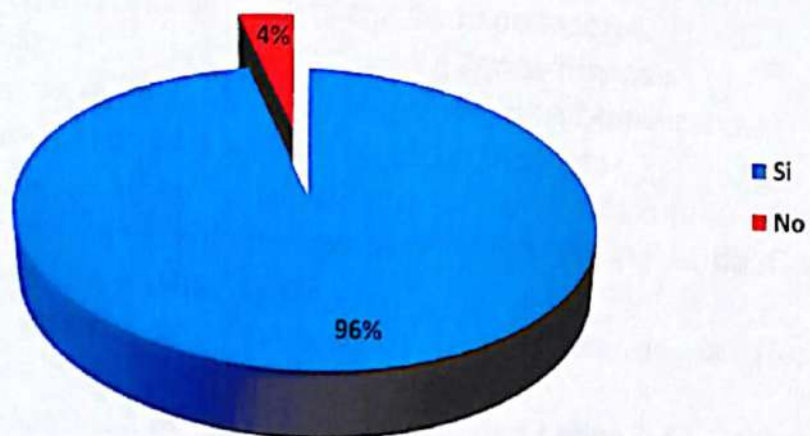
¿Ha escuchado sobre el CEI-RD?



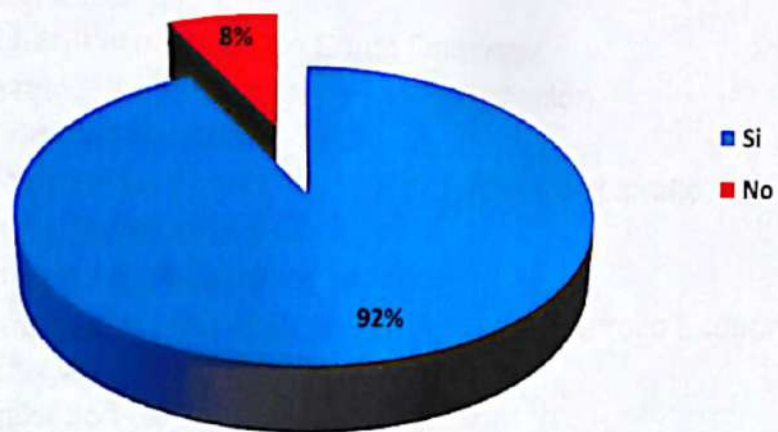
¿A través de que medio conoce al CEI-RD?



¿Le interesaría hacer una pasantía en el CEI-RD?



¿Le interesaría laborar en el CEI-RD al término de una pasantía?



Anexo 7. Glosario

- **ADOEXPO:** Asociación Dominicana de Exportadores.
- **ADOZONA:** Asociación Dominicana de Zonas Francas.
- **AIRD:** Asociación de Industrias de la República Dominicana.
- **APAP:** Asociación Popular de Ahorros y Préstamos.
- **ASIEX:** Asociación de Empresas de Inversión Extranjera.
- **CAF:** Marco Común de Evaluación (siglas en inglés de Common Assessment Framework).
- **CEI-RD:** Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana.
- **CEPAL:** Comisión Económica Para América Latina y El Caribe de las Naciones Unidas.
- **CNZFE:** Consejo Nacional de Zonas Francas de Exportación.
- **DICOEX:** Dirección de Comercio Exterior.
- **ECBI:** Enseñanza de las Ciencias Basada en Indagación.
- **I*CEI:** Instituto de Comercio Exterior e Innovación Empresarial.
- **IED:** Inversión Extranjera Directa.
- **INTEC:** Instituto Tecnológico de Santo Domingo.
- **ISO:** Organización Internacional de Estandarización.
- **JAD:** Junta Agroempresarial Dominicana.
- **MEPYD:** Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo.
- **MIC:** Ministerio de Industria y Comercio.
- **MIREX:** Ministerio de Relaciones Exteriores.
- **OCDE:** Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico.
- **OIT:** Organización Internacional de Trabajo.
- **ONU:** Organización de las Naciones Unidas.
- **PROINDUSTRIA:** Centro de Desarrollo y competitividad Industrial.
- **RS:** Responsabilidad Social.
- **RSC:** Responsabilidad Social Corporativa.
- **RSE:** Responsabilidad Social Empresarial.
- **UNICEF:** Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia.
- **UNAPEC:** Universidad APEC.
- **VUI-RD:** Ventanilla Única de Inversión de la República Dominicana.