



**DECANATO DE ESTUDIOS DE POSGRADO
MAESTRÍA EN GERENCIA Y PRODUCTIVIDAD**

Informe Final de Investigación para optar por el título de
Maestría en Gerencia y Productividad

Título

**PROPUESTA DE GESTIÓN DE RESPONSABILIDAD
SOCIAL CORPORATIVA PARA LA EMPRESA CASTILLO
LORA SOLUCIONES AGRÍCOLAS, S.R.L. (CALOSA)
ENERO-ABRIL 2021**

Sustentante

Elsa Iris Cuevas Matrícula 2019-1341

Asesor (a):

Dra. Yajaira del Carmen Oviedo

Santo Domingo, D.N.

Abril, 2021

RESUMEN

Esta investigación fue realizada con el objetivo de dotar a la empresa Castillo Lora Soluciones Agrícolas S.R.L, de las herramientas necesarias para que esta pueda gestionar de forma eficiente la responsabilidad social corporativa. Los tipos de investigación empleados para obtener información fueron la investigación explicativa, que facilitó el que se hiciera una descripción de los procesos y situación encontrada en esta empresa, se utilizó la investigación exploratoria a fines de analizar los procesos existentes en la empresa, para formular mejoras que pudieran ser aplicadas y la investigación descriptiva, la cual permitió recolectar datos a través de un cuestionario, con la finalidad de que esta información ayudara en procura de alcanzar los objetivos planteados. La información obtenida en los cuestionarios evidenció que la empresa cuenta con políticas de responsabilidad social corporativa, pero su aplicación no es gestionada de forma eficiente, de acuerdo a las informaciones brindadas por los colaboradores. Durante el desarrollo de esta investigación la dificultad presentada fue el proceso de llenado de los cuestionarios por parte de los empleados de la empresa, lo que retrasó el proceso de tabulación de los resultados. Con el análisis de los datos realizados se procedió a elaborar la propuesta que busca mejorar la gestión de la responsabilidad social corporativa por medio al diseño de procesos que estén enfocados en que la empresa mejore su desempeño y productividad por medio al uso de la gestión eficiente de estrategias de responsabilidad corporativa que contribuyan al desarrollo y crecimiento de la empresa.

INDICE

RESUMEN	ii
INDICE.....	iii
LISTA DE CUADROS.....	v
LISTA DE FIGURAS	vi
DEDICATORIA.....	vii
AGRADECIMIENTO	viii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I: MARCO REFERENCIAL TEÓRICO CONCEPTUAL	8
CAPÍTULO I: MARCO REFERENCIAL TEÓRICO CONCEPTUAL	9
1.1 Marco Teórico	9
1.1.1. Concepto de la Responsabilidad Social Corporativa	9
1.1.2. Reseña histórica de Responsabilidad Social Corporativa ...	13
1.1.3. Marco Internacional que Promueve la RSC.....	14
1.1.4. Derechos Humanos.....	15
1.1.5. Prácticas Laborales y Trabajo Digno	15
1.1.6. Responsabilidad Sobre Productos y Corrupción	16
1.1.7. Medio Ambiente	16
1.1.8. Los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM)	17
1.1.9. Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)	19
1.1.10. Ventajas y Desventajas de la Responsabilidad Social Corporativa.....	21
1.1.11. Más Productividad	22
1.1.12. Clientes más Leales.....	23
1.1.13. Mejor Imagen y Mayor Credibilidad.....	23
1.1.14. Ventaja Competitiva.....	23
1.1.15. Característica de la Responsabilidad Social Corporativa..	24
1.1.16. Entorno de la RSC.....	25
1.2. Antecedentes de la investigación	26
1.3. Marco Contextual	29
1.4. Marco Conceptual.....	30
1.5. Variables.....	34
CAPÍTULO II: PROPUESTA SOBRE GESTIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA.....	35

CAPÍTULO II: PROPUESTA SOBRE GESTIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA.....	36
2.1. Diagnóstico de la situación actual	36
2.2. PROPUESTA SOBRE GESTIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA.....	43
2.3. Presentación de la propuesta de Responsabilidad Social Corporativa.....	50
2.4. Evaluación de la propuesta.....	51
CONCLUSIONES	53
RECOMENDACIONES.....	55
BIBLIOGRAFIA	57
ANEXOS	1

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico No. 1	Tiempo laborando en la empresa.....	29
Gráfico No. 2	Escolaridad alcanzada	30
Gráfico No. 3	Rango de edad.....	31
Gráfico No. 4	Política y estrategia de responsabilidad social.....	32
Gráfico No. 5	Impacto de la RSC a la empresa.....	33
Gráfico No. 6	Cumplimiento de la empresa de la RSC	34
Gráfico No. 7	Características de RSC tiene la empresa.....	35
Gráfico No. 8	Objetivos estratégicos de RSC	36
Gráfico No. 9	Actividades planificadas como RSC	37
Gráfico No. 10	Control de seguimiento a la educación ambiental	38
Gráfico No. 11	Beneficios por implementación de RSC	39
Gráfico No. 12	Lo que otorga a la empresa la RSC	41

LISTA DE FIGURAS

<i>Figura 2.3.1 Diseño de la propuesta.....</i>	<i>43</i>
<i>Figura 2.3.2. Plantilla modelo de la estrategia comunicativa</i>	<i>45</i>
<i>Figura 2.3.3. Organigrama del Comité de Responsabilidad Social Corporativa.....</i>	<i>47</i>
<i>Figura 2.3.4. Checklist para evaluar ejecución de propuesta.....</i>	<i>49</i>
<i>Figura 2.4.1. Gestión de Responsabilidad Social Corporativa.....</i>	<i>51</i>

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mi **Dios** Todopoderoso, por darme la fuerza física y espiritual para seguir hacia adelante, poder llegar a la meta y concluir felizmente este proyecto.

A mi esposo **Jorge** y mis tres hijos; **Joimer, Jasmin** y **Joel**, por ser ese motor que me impulsa a seguir hacia adelante, a pesar de las adversidades de la vida.

AGRADECIMIENTO

Muy agradecida de mi padre celestial, Jehová Dios de los ejércitos, sin su fortaleza hubiese sido imposible lograr esta meta. Él renueva mis fuerzas cada día, Dios lo es todo para mí.

A mi esposo Jorge y mis tres hijos; Joimer, Jasmin y Joel, los cuales fueron los más sacrificados, fue limitado el tiempo de compartir con ellos, gracias por su gran comprensión y paciencia, los amos de manera incondicional.

A mis queridos padres y hermanos; gracias por ese apoyo emocional y su confianza en que uno puede llegar, es una gran motivación para no rendirse.

A mis hermanos en la fe, por sus oraciones para que Dios me provea y me fortalezca.

A los demás seres queridos y amistades, el cual Dios usó para que me motivaran a iniciar este gran proyecto, a pesar de las circunstancias adversas, gracias por confiar en que yo podía asumir ese gran reto.

A la empresa donde laboro, Calosa, S.R.L., por apoyarme con su tiempo y permitirme desarrollar el tema de investigación.

A mi asesora Yajaira Oviedo, por su amabilidad, orientación y guía en la tesis; a todos mis profesores por compartir sus conocimientos y enseñanzas, a mis compañeros y amigos de clase, siempre dispuestos a colaborar.

Gracias a todos aquellos que de una u otra manera han contribuido con el logro de este proyecto. A buena hora ¡Siempre se puede!

INTRODUCCIÓN

El siguiente trabajo de investigación fue realizado con el propósito de proponer a la empresa Castillo Lora Soluciones Agrícolas S.R.L, la mejora en la Gestión de la Responsabilidad Social Corporativa, a fines de optimizar la imagen empresarial y dotarla de una herramienta esencial, para el desarrollo de la empresa, en común acuerdo con la sociedad de hoy día.

La empresa Castillo Lora Soluciones Agrícolas S.R.L, tiene su oficina principal en el sector Jardines del Norte, en la Provincia de Santo Domingo y su rubro comercial la engloba dentro del sector de importación y distribución de insumos agropecuarios para la nutrición animal y protección de cultivos, con más de 30 años de experiencia y una buena aceptación en el mercado.

La empresa Castillo Lora cuenta con una trayectoria comercial que le ha permitido lograr la aceptación de los consumidores y su expansión en el mercado nacional, sin embargo los mercados se van tornando más competitivos y exigentes, lo que obliga a muchas empresas a reinventarse y adaptarse a los cambios para ser competitivas, en un mercado donde la sociedad no solo valora el producto o servicio que se oferta, sino todo el conjunto estructural de la empresa y sus políticas de cara a reducir el impacto en el medio ambiente y aportar soluciones para mejorarlo.

Es por esta razón que se hace necesario el diseño de estrategias de Responsabilidad Social Corporativa en el que se demuestre que la empresa tiene un compromiso con la sociedad y que su modelo de negocio contemple el uso de políticas de protección al medio ambiente y cooperación con la sociedad que rodea el entorno donde esta desarrolla sus actividades comerciales.

El objetivo general de esta investigación consiste en proponer la gestión de Responsabilidad Social Corporativa, donde se establezca de manera formal y normalizada, los principios éticos y de responsabilidad de la empresa frente a la sociedad.

Una vez identificada la situación se procede a plantear los objetivos específicos siguientes:

- Analizar la responsabilidad social corporativa existente en la empresa Castillo Lora Soluciones Agrícolas, S.R.L. para el período enero-abril 2021.
- Describir las variables que inciden en Calosa, S.R.L. para no tener en funcionamiento una gestión de responsabilidad social corporativa
- Identificar los efectos que produce la falta de un eficiente sistema gestión de Responsabilidad Social Corporativa.
- Especificar los procedimientos sistemáticos que posee Calosa, S.R.L. en su gestión de Responsabilidad Social Corporativo

Con la finalidad de lograr estos objetivos, fue necesario realizar estudios exploratorios que facilitaran conocer el tema de forma detallada y así desarrollar una teoría que en conjunto con el plan pudiese ser llevada a cabo. Apoyados de los estudios descriptivos y explicativos, los cuales permiten la identificación de la situación real de la empresa, investigada de manera interna, en toda su estructura organizacional y como se desenvuelven los colaboradores, esto con la finalidad de realizar posteriormente una comparación de los resultados que han sido obtenidos y los que se han observado en las prácticas administrativas de la organización.

En esta investigación se utilizó el método inductivo, que permite partir de lo específico a lo general, con la intención de obtener conclusiones reales de la situación de la responsabilidad social corporativa de la empresa.

Se utilizó el método de investigación documental, que consistió en el uso de fuentes bibliográficas digitales y físicas, como fueron trabajos realizados previamente que sirvieron como antecedentes de este estudio, así como la consulta de libros y revistas, los cuales nos brindaron suficiente información para tener una perspectiva más firme sobre el objeto de este estudio.

El estudio de campo permitió el que se observara de cerca la ejecución de los procesos de la empresa en materia de responsabilidad social corporativa, así como la aplicación de encuestas con preguntas abiertas y cerradas al personal de la empresa Castillo Lora Soluciones Agrícolas S.R.L, utilizando el cuestionario como instrumento que facilitó la recolección de los datos para luego estos ser analizados.

Se seleccionó una muestra de 47 trabajadores a los que se les aplicó el instrumento con la finalidad de obtener de ellos las impresiones acerca de la ejecución de estrategias de responsabilidad social corporativa en la empresa y los resultados de estas desde su perspectiva como colaboradores.

Los datos obtenidos en el cuestionario posteriormente fueron tabulados para ser presentados de manera gráfica en este trabajo de investigación y de esa forma ser analizados para llegar a las conclusiones que permitiesen la interpretación de los resultados y el hallazgo de informaciones que luego aportaran al planteamiento de la propuesta y mejora de la gestión de la responsabilidad social corporativa.

La propuesta generada a raíz de esta investigación busca ofrecer a la empresa Castillo Lora Soluciones Agrícolas S.R.L, alternativas eficaces para que la organización pueda mejorar la gestión de la responsabilidad social corporativa y al mismo tiempo se logre una mejor relación entre la empresa y la sociedad donde esta desarrolla sus actividades comerciales.

Junto a la propuesta se presenta el diseño de algunos documentos que serán utilizados en el proceso de gestión de la Responsabilidad Social Corporativa de la empresa, con la finalidad que estos sirvan de guía inicial para que luego la empresa Castillo Lora Soluciones Agrícolas S.R.L los modifique y adapte a las necesidades reales que se identifiquen como mejoras al proceso de gestión actual.

Esta investigación está desarrollada en dos capítulos, donde el capítulo I abarca las informaciones generales acerca del objeto de estudio, partiendo desde las variables de la responsabilidad social corporativa definidas por diversos autores, exponiendo los criterios de estos y las conclusiones, en los cuales se consideran de relevancia las teorías y conclusiones de los siguientes autores:

La propuesta de Barrio Fraile, en la que analiza la gestión de la responsabilidad social corporativa y concluye que esta puede ser definida cómo la acción social o el marketing con causa, implicando el modelo de gestión desde un enfoque estratégico en el que toda la organización es impactada, así como los grupos de interés de esta.

El otro autor de relevancia fue Arpi Trujillo (2013), quien propone que la responsabilidad social corporativa sea implementada en el registro contable de una empresa, por el impacto que esto pudiera generar de forma positiva en la estrategia de marketing de esta organización, aunque sus procesos no sean de alto impacto contaminante.

El enfoque principal de la investigación ha sido la presentación y comprensión de cada una de las teorías acerca de variables, donde se han considerado los tipos de responsabilidad social corporativa y su importancia en el desarrollo y crecimiento de las empresas.

El capítulo II se compone del procesamiento y análisis de la información que se ha obtenido al profundizar en los aspectos que han sido considerados de mayor interés por su criticidad en la investigación y sus aportes a la elaboración de la propuesta.

La información obtenida, permitió en su análisis, el que se pudieran diseñar las estrategias que pueden ser implementadas en la propuesta para la gestión de responsabilidad social corporativa de la empresa Castillo Lora Soluciones Agrícolas S.R.L (Calosa).

El enfoque de la propuesta está basado en la dimensión del objeto de estudio y busca aportar a la empresa un conjunto de alternativas que se adecuen a la estructura organizacional y a las estrategias existentes de responsabilidad social corporativa, en procura de solucionar las deficiencias que se han identificado, tratando de que la empresa cuente con las técnicas y estrategias necesarias para mejorar su rentabilidad y aumento de la productividad por medio a la ejecución eficaz de las mismas.

El desarrollo de esta investigación ha permitido obtener datos que han revelado la situación actual de la empresa con relación a la ejecución de las estrategias de responsabilidad social corporativa, lo que ha sido fundamental en el desarrollo de una propuesta que busca de eficiencia la gestión de las mismas, por medio al establecimiento de una política de responsabilidad social corporativa, que impacte positivamente a la organización, tanto a nivel interno

con sus colaboradores, como a lo externo con los consumidores de sus productos y servicios y con la sociedad.

Una vez definida la propuesta y concluida la investigación se presentan las conclusiones a nivel metodológico y del análisis de los resultados de las informaciones que se obtuvieron a lo largo de este proceso investigativo.

Esta investigación concluye con una serie de recomendaciones que tienen como objetivo proponer a la empresa la implementación de una gestión de responsabilidad social corporativa que contribuya al crecimiento, desarrollo y expansión de esta en el mercado.

**PROPUESTA DE GESTIÓN DE RESPONSABILIDAD
SOCIAL CORPORATIVA PARA LA EMPRESA CASTILLO
LORA SOLUCIONES AGRÍCOLAS, S.R.L. (CALOSA)
ENERO-ABRIL 2021**

CAPÍTULO I: MARCO REFERENCIAL TEÓRICO CONCEPTUAL

CAPÍTULO I: MARCO REFERENCIAL TEÓRICO CONCEPTUAL

En este capítulo se presenta el marco referencial teórico conceptual que acompañará este objeto de estudio, así también los antecedentes de la investigación y los marcos contextual y conceptual de esta investigación; aunado a la definición operativa de la variable en estudio.

1.1 Marco Teórico

1.1.1. Concepto de la Responsabilidad Social Corporativa

La responsabilidad social es un término para el que se han hecho muchas definiciones. A continuación, veamos las más representativas:

Al tratar acerca de la responsabilidad Social Corporativa de una empresa, se hace referencia a la integración voluntaria, la preocupación social y ambiental, que se desprenden de la operación comercial que realiza la empresa y lo relativo a sus contactos relacionados. El considerarse como una empresa con responsabilidad a nivel social no solo se circunscribe a las obligaciones que están establecidas legalmente, sino que abarca ir un poco más allá del cumplimiento que se requiere.

La Organización Internacional del Trabajo (OIT):

Indica que, al referirse a la Responsabilidad Social Corporativa, se hace referencia al conjunto de acciones que son consideradas dentro de las actividades de la empresa, en procura que estas puedan generar un impacto favorable para la sociedad y que vaya acorde a los valores y principios establecidos dentro de la filosofía corporativa y los procesos ejecutados a lo interno de la empresa.

La Responsabilidad Social Corporativa “es una nueva visión de la implicación, e importancia del trabajo de la empresa en el mundo globalizado en el que vivimos” (Ruiz, Gago, e tal, 2014)

Puede decirse que la RSC se integra de forma voluntaria dentro del gobierno empresarial, la preocupación social, los procedimientos establecidos, las políticas internas, la gestión laboral y ambiental, así como el respeto a los derechos elementales de los diferentes grupos de interés y actores que la conforman, los cuales perciben directamente las consecuencias e impactos derivados de sus acciones.

Según la Comisión Europea (CE) en su comunicación sobre RSC, es “la responsabilidad de las empresas y su impacto en la sociedad. Las empresas deben tener un proceso para integrar en sus operaciones comerciales, y en estrecha colaboración con los grupos de interés (stakeholders), las cuestiones sociales relacionadas con el medio ambiente, la ética, los derechos humanos y las preocupaciones del consumidor”. (Aguilera y Puerto, 2012)

Se hace necesario conocer el origen y evolución en el tiempo del término Responsabilidad Social Corporativa, para lograr la profundización en el tema y comprender su interrelación con la empresa. El origen de este se remonta a la década del 1950, según García Leal, quien indica que, a finales del siglo XVIII, cuando se inició el periodo de la historia conocido como la revolución industrial en Inglaterra, el termino comenzó a adquirir importancia en vista de cómo este relacionaba la empresa y la sociedad como un conjunto, por lo que con el paso de los años este se dotó por todo el resto del continente europeo. (García Leal, 2013 p. 262)

En la continuidad de la idea planteada por el autor García Leal (ob. cit), se refleja que no fue sino hasta el siglo XX, específicamente para la década de 1950,

en que la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) logro su surgimiento, estableciéndose como un modelo de disciplina empresarial, que alcanzo su auge tras la publicación en los Estados Unidos del libro “La responsabilidad social del empresario”. Este libro que se atribuye al economista de origen estadounidense Kenneth Arrow, ganó el Premio Nobel de Economía en 1972, y ha sido una parte importante del pensamiento de RSC en uno de sus importantes artículos de responsabilidad social corporativa.

Continúa García Leal que, en España, en el siglo XIX, surgió un movimiento cooperativo en diferentes sectores, pero fue en la primera mitad del siglo XX cuando las empresas comenzaron a desarrollarse y ganar más poder. Se empieza a hablar de Responsabilidad Social Corporativa, haciendo énfasis en las diferencias que tiene el concepto de filantropía, con la finalidad de que surjan nuevas ideas de negocios.

Se puede validar acorde a lo que indica García Leal (ob.cit) la nueva idea de negocio basa sus fundamentos bajo el concepto de que la organización está fundamentada como una sola entidad que tiene un conjunto de obligaciones hacia cada uno de los accionistas de esta, lo que la hace también responsable del impacto que sus actividades generen a nivel social y ambiental. Por ellos es la sociedad en sí, que exige existan mayores niveles de preocupación hacia el medio ambiente desde los negocios y la mejora de todos sus miembros. Si las empresas aplican los principios de la RSC, marcan como se diferencian de otras empresas del sector, lo que les permite alcanzar ventajas de cara a otras organizaciones con las que compiten directamente.

Al realizar el análisis de cada una de las definiciones vistas anteriormente, es posible observar como la responsabilidad social corporativa presenta estas características que se muestran a continuación.

Es una actividad de carácter voluntario llevada a cabo por las empresas.

La RSC está conformada dentro de la gestión empresarial y abarca todo el proceso de producción de la empresa.

Es necesario tener un mayor nivel de compromiso que el establecido en las leyes vigentes.

Para lograr el nivel de desarrollo proyectado, se requiere que los grupos de interés que se encuentra vinculados a la empresa interactúen entre sí, de forma directa.

El autor mencionado en párrafos anteriores, expresa que las leyes y los principios con los que cuenta la sociedad, han sido establecidos de común acuerdo entre los países que pretenden que las organizaciones pongan estas prácticas en funcionamiento, no siendo estas obligatorias. Dentro de estas podemos mencionar:

- Realizar sus actividades comerciales y lograr una devolución de los aportes a la sociedad donde se desarrolla.
- Reducir el nivel de impacto que generan las actividades comerciales de la empresa en su entorno.
- Dar cumplimiento a las directrices y recomendaciones de RSC dadas a nivel nacional e internacional.
- Trabajar para que los Derechos Humanos logren su desarrollo.

Por esto han sido desarrolladas un conjunto de iniciativas que procuran formalizar a nivel internacional todo lo referente a la RSC, por medio a la formalización de esta a lo interno de las empresas, hecho por el cual la Organización Internacional del Trabajo en conjunto con otras instituciones afines

como lo es la Unión Europea, han aunado esfuerzos para el logro de estas iniciativas.

Para el autor García Leal (ob. cit), el Pacto Mundial de las Naciones Unidas llevado a cabo en el Foro Económico Mundial de Davos celebrado en el año 1999, este representa el instrumento principal de las empresas al referirnos al tema de la responsabilidad social. En este pacto fueron incluidos 10 principios que deben ser considerados por estas antes de formar parte del mismo.

1.1.2. Reseña histórica de Responsabilidad Social Corporativa

El concepto de Responsabilidad Social Corporativa, también llamado Responsabilidad Social Empresarial (RSC/ RSE), ha evolucionado desde que, en 1953, se publicó en Estados Unidos el libro Responsabilidades sociales del emprendedor, de Howard Rothmann Bowen.

El libro de Bowen se inspiró en la obra de Kenneth Arrow de 1951, Social Choice and Individual Values, en la que expone su teoría de la imposibilidad, también conocida como la paradoja de Arrow. La teoría ha determinado que es imposible generar bienestar social a partir de la generación de bienestar individual sin violar ciertas condiciones mínimas de racionalidad y equidad.

Este libro dio un importante impulso a la reflexión sobre la RSC, al plantear la responsabilidad social de las empresas. Asimismo, los casos de fraude y corrupción, explotación infantil o accidentes ambientales graves, entre otros, han sido factores que han motivado la idea de Responsabilidad Social Corporativa o Empresarial.

En sus inicios, la Responsabilidad Social Corporativa surgió como una filosofía empresarial basada en la idea de beneficiar a la sociedad en

compensación de cualquier daño que la creación de la empresa pudiera haber causado.

En España, a partir del siglo XIX, tuvieron lugar algunos movimientos cooperativos en diferentes sectores de actividad, pero fue hasta la parte media del siglo XX, que inicio el desarrollo y el aumento del poder empresarial, momento en que iniciaron las conversaciones al respecto, como un cambio conceptual filantrópico, surgiendo así una nueva idea de empresa.

La Responsabilidad Social Corporativa nace como la adopción por parte de las empresas de un compromiso socio ambiental, basado en las acciones que el impacto de sus actividades comerciales ocasiona en el entorno más cercano que las rodea, el cual puede estar compuesto por sus empleados, clientes, proveedores y sociedad en la que se desenvuelve.

1.1.3. Marco Internacional que Promueve la RSC

Las Naciones Unidas nacieron a raíz de la Segunda Guerra Mundial, y con ella también surgió una mayor conciencia internacional de la necesidad de colaboración y compromiso entre todos, para enfrentar los desafíos del mundo a nivel global.

Regularmente, los tratados y acuerdos se hacen entre los gobiernos de los países que se adhieren a ellos, pero tienen un impacto directo en las organizaciones que funcionan en esos países.

Por tanto, forman parte del marco en el que deben operar las organizaciones, y es importante tener en cuenta los principales tratados y puntos de referencia. Los principales tratados y convenios internacionales de referencia, según el tema, son:

1.1.4. Derechos Humanos

- Declaración Universal de Derechos Humanos de las Naciones Unidas, 1948.
- Asamblea de las Naciones Unidas: Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, 1966.
- Asamblea de las Naciones Unidas: Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales, 1966.
- Declaración y Programa de Acción de Viena, 1993.
- Declaración de 1998 acerca de los principios y derechos fundamentales de ellos que goza el trabajador, según la Organización Internacional del Trabajo (OIT).
- Principios Rectores de las Naciones Unidas que recaen tanto sobre Empresas y Derechos Humanos, aprobados por consenso por el Consejo de Derechos Humanos de las Naciones Unidas en 2011.

1.1.5. Prácticas Laborales y Trabajo Digno

- Convenio No. 87 de la OIT sobre la libertad sindical y la protección del derecho de sindicación, 1948.
- Convenio No. 98 de la OIT sobre el derecho de sindicación y negociación colectiva, 1949.
- Convenio No. 135 de la OIT sobre representantes de los trabajadores, 1971.
- La declaración de la OIT, con relación a los derechos y principios y considerados fundamentales en el marco del trabajo, 1998.
- Programa de Trabajo Decente de la OIT, 1999.
- La declaración de forma tripartita de los principios que rigen sobre las empresas tipo multinacional, así como la política social de la OIT del año 1977, enmendada en 2000.

- Directrices de la OCDE para empresas multinacionales, revisión de 2000 (actualmente en revisión).
- Declaración del Milenio de las Naciones Unidas, 2000.
- Principios de gobierno corporativo de la OCDE, 2004.

1.1.6. Responsabilidad Sobre Productos y Corrupción

- Convención Interamericana contra la Corrupción, 1996.
- Convención de la OCDE para combatir el soborno de funcionarios públicos extranjeros en transacciones comerciales internacionales, 1997.
- Directrices de la OCDE para empresas multinacionales, 2000 (en revisión).
- Convención de las Naciones Unidas contra la Corrupción, 2003.
- Principios de gobierno corporativo de la OCDE, 2004.

1.1.7. Medio Ambiente

- Convención de Ramsar sobre los humedales, 1971
- Convenio sobre vertederos de Londres, 1972
- Convenio MARPOL (Convenio internacional para prevenir la contaminación por los buques), 1973.
- Protocolo de Ginebra del Convenio sobre la contaminación atmosférica transfronteriza a larga distancia, 1979.
- Protocolo de Gotemburgo del Convenio de 1979 sobre la contaminación atmosférica transfronteriza a larga distancia, relativo a la reducción de la acidificación, la eutrofización y el ozono en la troposfera.
- Protocolo de Montreal sobre sustancias que agotan la capa de ozono, 1987

- Protocolo de Helsinki del Convenio sobre la contaminación atmosférica transfronteriza a larga distancia, 1985.

- Protocolo de Sofía de la Convención sobre la contaminación atmosférica transfronteriza a larga distancia, 1988.

- Enmienda de la prohibición del Convenio de Basilea sobre el control de los movimientos transfronterizos de los desechos peligrosos y su eliminación, 1989.

- Protocolo de Kyoto, 1997

- Convenio de Rotterdam sobre el procedimiento de consentimiento fundamentado previo (CFP) de 1998.

- Convenio de Estocolmo sobre contaminantes orgánicos persistentes (COP), 2001.

- Acuerdo de París. Conferencia de las Partes de la Convención Marco de las Naciones Unidas relacionada al tema del Cambio Climático (COP21), así como la undécima sesión de la Conferencia de las Partes que actúa como reunión de las Partes del Protocolo de Kyoto (COP-MOP11), celebrada en París el 12 de diciembre de 2015.

- Alianza de Marrakech para la Acción Climática Global. Conferencia de las Partes de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (COP22), así como la duodécima sesión de la Conferencia de las Partes que actúa como Reunión de las Partes del Protocolo de Kyoto (COP-MOP12), celebrada en Marrakech (Marruecos), del 7 al 18 de noviembre de 2016.

1.1.8. Los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM)

En septiembre del 2000, los líderes mundiales se reunieron en la Sede de las Naciones Unidas en la ciudad de Nueva York, donde se optó por adoptar lo que se denominó como la Declaración del Milenio, en el que los países firmantes se comprometían con realizar una nueva alianza global, en procura de minimizar

los niveles de pobreza de las zonas más vulnerables, por medio al establecimiento de un conjunto de metas presentadas al horizonte 2015, conocidas como Objetivos de desarrollo del Milenio.

Los objetivos de desarrollo del Milenio, cada uno de los cuales se divide en un conjunto de 21 metas mensurables, son:

- Objetivo 1: Erradicar la pobreza extrema y el hambre.
- Objetivo 2: Garantizar la educación primaria universal.
- Objetivo 3: Promover la igualdad de género logrando que las mujeres se empoderen.
- Objetivo 4: Lograr la reducción de la mortalidad en la primera infancia.
- Objetivo 5: Lograr mejoras significativas en la salud materna.
- Objetivo 6: Crear un programa que se enfoque en el combate de enfermedades como el paludismo, el VIH / SIDA y otros tipos de enfermedades infecciosas.
- Objetivo 7: Promover garantías acerca de la sostenibilidad del medio ambiente.
- Objetivo 8: Lograr el fomento del desarrollo a través de una asociación con alcance mundial.

1.1.9. Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

El 25 de septiembre de 2015, los líderes mundiales acogieron un conjunto de objetivos globales que buscaban eliminar la pobreza, crear acciones tendientes a la protección del planeta y garantías que faciliten la prosperidad del colectivo, todo esto como parte de una nueva agenda de desarrollo sostenible. Cada objetivo tiene metas concretas que deben ser alcanzadas para el año 2030.

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible, los cuales están divididos, además, en 169 metas cuantificables, son:

- Objetivo 1: Poner fin a la pobreza en todas sus formas y en todas partes.
- Objetivo 2: Acabar con la hambruna, gestionar garantías acerca de la seguridad en la alimentación y presentar alternativas nutricionales por medio a la promoción de procesos de agricultura enfocados en la sostenibilidad.
- Objetivo 3: Dar garantías de una vida saludable por medio a la promoción del bien colectivo sin distinguir edades.
- Objetivo 4: Dar garantías del acceso a una educación de calidad, en la que se promueva el aprendizaje como una oportunidad y derecho permanente para todos donde prevalezca la equidad.
- Objetivo 5: Incentivar el empoderamiento de mujeres y niñas que promueva a su vez la equidad de género.
- Objetivo 6: Lograr el acceso al agua de forma sostenible para todos.
- Objetivo 7: Otorgar garantías que promuevan el acceso de forma asequible, sostenible, segura y moderna a todos a la energía.
- Objetivo 8: Incentivar el crecimiento a nivel económico de forma decente para todos, donde se realice considerando la sostenibilidad, el trabajo productivo y los empleos.

- Objetivo 9: Lograr la construcción de una infraestructura que sea resiliente, al tiempo que promueva el nivel de industrialización inclusiva de forma sostenible, fomentado del mismo modo la innovación.
- Objetivo 10: Reducir las desigualdades dentro de los países que lo conforman.
- Objetivo 11: Fomentar en los asentamientos humanos y las diferentes ciudades a nivel mundial una cultura enfocada en la inclusividad, la sostenibilidad y la resiliencia.
- Objetivo 12: Crear las garantías para los patrones y consumos apoyados en la sostenibilidad.
- Objetivo 13: Establecer acciones de forma urgente que busquen mitigar el impacto del cambio climático y los efectos de este en la sociedad.
- Objetivo 14: Procurar la conservación de los océanos, mares y recursos marinos de forma sostenible, logrando que su uso sea acorde a una visión de desarrollo sostenible.
- Objetivo 15: Brindar garantías de protección, restauración y promoción sostenible de los ecosistemas terrestres, por medio a la gestión de los bosques de manera sostenible, luchando contra los procesos de desertificación, en procura de lograr detener y mitigar el proceso de degradación que sufre la tierra con la finalidad de revertir la perdida existente en la diversidad biológica.
- Objetivo 16: Lograr la promoción de las sociedades pacíficas e inclusivas, con miras al fomento en el desarrollo sostenible, el cual busca facilitar el acceso de manera universal a la justicia, por medio a la creación de instituciones eficaces, con niveles de responsabilidad que sean inclusivos en todas las etapas y niveles.

- Objetivo 17: Incentivar el fortalecimiento de los medios que se utilizan para implementar y lograr la revitalización de la Alianza Global para alcanzar niveles de Desarrollo Sostenible.

1.1.10. Ventajas y Desventajas de la Responsabilidad Social Corporativa

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC), se enfoca en las directrices de la empresa y su relación directa e indirecta con el entorno que la rodea. Según la definición dada por el Grupo del Banco Mundial, esta se refiere al hacer acuerdos de negocio que estén acorde a las leyes vigentes e instrumentados de forma ética. Por lo que se convierte en un modelo de negocios que se circunscribe a la cultura organizacional de la empresa.

Contrario a la creencia popular, ser un negocio que tenga responsabilidad con la sociedad y el entorno donde esta se ubica, no implica el que esta deje de ser económicamente rentable. El objetivo principal de las empresas es el de obtener beneficios económicos a raíz de sus transacciones comerciales, por lo que no son concebidas de forma desinteresada.

Las empresas luchan por subsistir y lograr hacerlo a largo plazo, siendo económicamente rentables, por lo que muchas se ven en la obligación de ser responsables socialmente. Este tipo de responsabilidad social empresarial busca equilibrar de forma sostenible el crecimiento económico de la empresa con políticas sociales que logren la armonía con el uso de los recursos naturales y el bienestar social.

En el proceso de gestión empresarial responsable se crea lo que se denomina como el efecto dominó, el cual tiene un impacto positivo en la sociedad,

las empresas y el medio ambiente. Esto es también conocido como el triple resultado, el cual está compuesto por la rentabilidad de la empresa, los recursos humanos que la conforman y el medio ambiente que las rodea y sobre la cual esta genera algún tipo de impacto.

Las prácticas de responsabilidad social de las empresas pueden ser enfocadas a lo interno o externo de la misma. En cuanto a la responsabilidad interna, esta se enfoca en los valores que a nivel corporativo definen la conducción del negocio. Por otro lado, la responsabilidad externa se refiere a aquella que está orientada específicamente hacia los clientes y la cadena de suministro.

Las empresas socialmente responsables cuentan con los siguientes beneficios: Mayor índice de productividad, clientes más leales, mejor imagen y credibilidad social.

1.1.11. Más Productividad

La responsabilidad de las empresas debe iniciar a lo interno con los recursos humanos que cuentan, para lograr ser responsables con su entorno, la sociedad y el medio ambiente que las rodea. Al crear un entorno de trabajo en el que todas las partes sean beneficiadas, se logra tener colaboradores más productivos, tanto diariamente como a mediano y largo plazo, lo que impacta directamente en mejores niveles de retención de empleados y minimiza la rotación de personal.

1.1.12. Clientes más Leales

La obtención de clientes que sean leales a la empresa, se basa en el mantenimiento de la calidad del servicio y la promesa del producto. Esto en combinación con estrategias de servicio donde al cliente se le demuestre el que la empresa vela por su bienestar en la sociedad, lo que se reflejara en la fidelización de los clientes con la organización. Pasando estos de clientes que visitan de forma habitual las instalaciones, a promotores de la marca, en base a su experiencia con el servicio recibido.

1.1.13. Mejor Imagen y Mayor Credibilidad

El respeto a los colaboradores y a la comunidad que rodea el entorno de la empresa, hace que esta obtenga el respeto de la sociedad. Ser coherente con las responsabilidades asumidas genera un clima donde prima la confianza y el cliente valora el nivel de credibilidad que proyecta la empresa. Lo que contribuye de forma indirecta en el posicionamiento de la imagen empresarial y directamente incide en la sostenibilidad a nivel económico de la organización.

1.1.14. Ventaja Competitiva

Los expertos en la materia dicen que entre los consumidores y las empresas que son responsables socialmente se crea una relación que se considera positiva por promover la sostenibilidad. Siendo la RSE quien aporta al consumidor el valor necesario para este logro, ya sea emocional, funcional o social. Por esto los clientes pasan a ser activo intangible para las organizaciones, lo que impacta en el otorgamiento de una ventaja a nivel frente a otras marcas.

1.1.15. Característica de la Responsabilidad Social Corporativa

Las principales características de la responsabilidad social son:

- Práctica empresarial responsable.
- Seguir estrategias de marketing responsable.
- Compromiso con iniciativas voluntarias que vayan más allá de lo exigido por la ley y las obligaciones contractuales.
- Integrar las acciones sociales en la gestión y la estrategia empresarial. Ya que no es una tarea aislada y única.
- Trabajar con organizaciones benéficas para acciones relevantes.
- Mejorar la competitividad de la empresa contribuyendo a crear una vida mejor para todos.

La responsabilidad social corporativa en el mundo del marketing, se centra en lograr la atracción de los consumidores que buscan diferenciarse positivamente en sus hábitos de compra o adquisición de mercancías. Por esto, una gran cantidad de empresas han optado por la adopción de aquellos elementos que a nivel social se relacionan responsablemente con las estrategias de marketing que tienen definidas en su visión empresarial, con las cuales buscan cooperar con la comunidad a través de productos y servicios beneficiosos.

La RSC crea grandes oportunidades para aumentar la participación y el compromiso empresarial. Al mismo tiempo, sirve de inspiración y motivación a los empleados, para que sean socialmente responsables.

En general, el elemento clave en el marketing de RSC es utilizar un lenguaje y tácticas que no estén en coordinación con una campaña más amplia de empresa a empresa; o para complementar su enfoque de marca para el

marketing empresarial. Se trata de desempeñar un papel de liderazgo informando cómo los oyentes pueden impactar al mundo en general.

1.1.16. Entorno de la RSC

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) o Responsabilidad Social Empresarial (RSC) es el conjunto de prácticas voluntarias que las empresas pueden realizar para mejorar su actividad, contribuyendo al respeto por el medio ambiente y los valores sociales de la empresa.

En España, las condiciones para una inversión social responsable o productos financieros éticos empezaron a sonar a finales de los 90. Desde entonces ha penetrado en la sociedad que lo que deciden los empresarios de un lugar está íntimamente ligado a las cuestiones sociales y medioambientales de su entorno. En este sentido, los directivos también han comenzado a darse cuenta de que los beneficios y la competitividad pueden aumentar contribuyendo al desarrollo sostenible a través de acciones que garanticen la protección del medio ambiente y promuevan los valores sociales. Al mismo tiempo, una gran parte de los consumidores estaban dispuestos a pagar más por un producto o servicio elaborado desde un punto de vista solidario o ecológico.

Actualmente se ha impuesto el concepto de transparencia, que se impone sobre todo a las sociedades cotizadas, lo que ha llevado a muchas organizaciones profesionales a informar sobre sus actuaciones responsables en los ámbitos laboral, social y medioambiental. Lo hacen en sus revisiones anuales a través de los llamados informes de sostenibilidad.

Hoy en día, casi la mitad (45%) de las 250 empresas más grandes del mundo ya elaboran tales informes. En ellos, para medir la responsabilidad social

de una empresa, se evalúa si mantiene consistencia dentro y fuera en áreas como el medio ambiente, los derechos humanos, las condiciones laborales de la población activa, la igualdad entre hombres y mujeres, la lucha contra la corrupción, el desarrollo de proyectos locales en su campo de actividad, la relación con proveedores y otros grupos de interés para la empresa, entre otros. Desde la década de los noventa se ha avanzado mucho, pero aún queda un largo camino por recorrer para que todas las empresas sean socialmente responsables.

1.2. Antecedentes de la investigación

La gestión de la RSE permite a las organizaciones responder a sus grupos de interés, al tiempo que infunde confianza en el entorno en el que operan. En busca de mejores resultados en esta investigación, es importante verificar cuál ha sido el contexto de este proyecto, donde se pueden verificar los aportes realizados a las organizaciones.

En un estudio realizado por Castillo Zambrano y Ricarde Rosado (Rosado, 2018) Propuesta de un modelo de gestión de la responsabilidad corporativa para empresas de los sectores: comercial y agrícola, forestal y pesquero de la provincia de Santo Domingo de los Shchilas, año 2018. Su objetivo fue proponer un modelo de gestión de la práctica de la responsabilidad social empresarial en el ámbito comercial, agrícola, forestal y pesquero de la provincia de Santo Domingo de los Shchilas, año 2018. Esto para mejorar el desempeño comercial.

Se observó otro estudio sobre la gestión de la responsabilidad social empresarial. El caso de Unilever España, apoyado por Barrio Fraile (2016), de la Unisersait Autónoma de Barcelona. Su objetivo general fue analizar la gestión de la RSE desde el ángulo de la comunicación corporativa. El caso de estudio

realizado en esta tesis doctoral sobre RSE de Unilever España permitió reunir una serie de propuestas sobre la gestión de la RSE a partir de las teorías plasmadas en el marco teórico. Estas propuestas se han elaborado para poder compararlas con el estudio de caso.

Finalmente, la realización de este control permitió comprender el fenómeno de la gestión de la RSE, lo que nos llevó a las siguientes conclusiones: P1: La RSE implica un enfoque estratégico alineado con la visión, misión y valores de la empresa. Unilever cuenta con un Plan Unilever de Vida Sustentable a diez años (2010-2020), compuesto por tres objetivos generales que conforman los tres pilares fundamentales del plan de RSC de la compañía: ayudar a más de mil millones de personas a mejorar su salud y bienestar.

Otra investigación fue la Propuesta de Modelo de Responsabilidad Social Empresarial para la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia. Presentada por López Gutiérrez y Vélez Gómez, de la Universidad de Medellín. (2014). Tiene como objetivo general proponer un modelo de RSE para la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia. Concluye diciendo que es importante que las cámaras de comercio, aunque su naturaleza sea diferente a las empresas de bienes y servicios, cuestionen sus acciones y compromiso enfocados en la responsabilidad social empresarial, ya que tienen un compromiso con la sociedad y sus diversos grupos de interés, porque al ser la entidad que aglutina a empresarios de la ciudad y la región, se convierte en un modelo a seguir en cuestiones de desarrollo sustentable y relaciones con la comunidad.

La propuesta para la Implementación de la Responsabilidad Social Corporativa y su Registro en el Sistema Contable De La Empresa CADITEX, sustentada por Arpi Trujillo, de la Universidad Politécnica Salesiana Sede Cuenca, en el año 2013. Su objetivo general es proponer la implementación de la Responsabilidad Social Corporativa, y su Registro en el Sistema Contable de

la Empresa CADITEX. Esta propuesta concluye diciendo que es cierto que la empresa CADITEX, como importadora de maquinaria textil, no genera residuos contaminantes, ni afecta directamente a la empresa.

Las empresas con las que trabaja, las empresas comerciales y de departamentos también pueden realizar RSE. Las empresas deben tener en cuenta los valores sociales, organizativos y económicos en el contexto de su funcionamiento, los cuales se incluyen en la RSE para hacer que estas empresas estén más comprometidas con sus empleados, sus clientes, la sociedad y el medio ambiente a través del respeto ético y moral de estos valores.

Se analizó la Gestión de la Responsabilidad Social Corporativa: Propuesta de un modelo teórico, apoyado por Barrio Fraile, de la Universidad Autónoma de Barcelona, España, en el año 2018. Su objetivo general fue analizar la gestión de la responsabilidad social empresarial: propuesta de un modelo teórico. Esta investigación concluye diciendo que la RSE, a diferencia de otros conceptos afines como la acción social o el marketing con causa, implica un enfoque estratégico que requiere una gestión transversal que afecte a toda la organización y sus grupos de interés.

En comparación con los modelos de gestión de la RSC existentes, nos encontramos ante diferentes propuestas de distintos autores, con características específicas. A pesar de que se pueden prever una serie de etapas que se repiten en los diferentes modelos establecidos, ninguna de ellas considera todas las etapas que se consideran necesarias para una adecuada gestión de la RSC.

1.3. Marco Contextual

Castillo Lora Soluciones Agrícolas, es una organización que se dedica a ofertar al mercado servicios de distribución e importación de insumos del área agrícola destinados a los rubros que se encargan de proteger los cultivos y la nutrición vegetal. Esta empresa fue fundada el 4 de abril de 1989.

Las operaciones formales se iniciaron en 1992 con representaciones exclusivas de empresas de varios países. El apoyo financiero de la empresa B.V. Luxan of Holland ha sido fundamental para el desarrollo de las operaciones de nuestra organización en República Dominicana. En 1996 se inauguró el primer almacén en Jeremías, La Vega con todos los requisitos locales e internacionales para almacenar insumos agrícolas, siendo el primer almacén moderno inaugurado en República Dominicana con estas características, elogiado por ambientalistas nacionales.

Hoy cuenta con las certificaciones de permiso ambiental del Ministerio de Medio Ambiente, Departamento de Sanidad Vegetal del Ministerio de Agricultura con los certificados de distribuidor, tienda de expendio, re envasado y re embalaje, y del Departamento de Seguridad Alimentaria del Ministerio de Agricultura con el certificado de buenas prácticas de gestión de almacenes; así como certificado del Ministerio de Salud Pública, con permiso sanitario y certificado del Ministerio de Trabajo con su programa de seguridad y salud ocupacional.

En 2009 se inauguró el segundo almacén en Los Jardines del Norte, Santo Domingo, donde se ubican las oficinas principales, con características similares a las de La Vega. En 2011, recibió The Bizz 2011, un reconocimiento mundial otorgado por la Confederación Mundial de Empresas por su innovación y su gestión empresarial global y sistémica.

Los productos importados provienen de las siguientes empresas: Alba Milagro de Italia; UPL, Atul y Meghmani de India; Rayfull, Red Sun, Heben, Sanonda, Agrohao Rotam, Bioseem, Essence, Yifan, Jongan, Mio, Lepuz de China; Nihon Noyaku de Japón; Agrodesa de Ecuador, Total Corporation de los Estados Unidos de América; Biesterfeld de Alemania y Cerexagri de Francia. También cuenta con una gama de productos para agricultura ecológica registrados ante las certificadoras Oko BCS, Ecocert, Imocert y FiBL.

La organización se destaca por la alta calidad de sus productos, precios competitivos y eficiente servicio técnico, con lo que ha logrado ganarse la preferencia y confianza de los productores agrícolas. Entre los programas que desarrolla nuestra organización, se encuentran conferencias, demostraciones de productos, visitas a fincas, cursos, investigación de eficacia y programas de soluciones fitosanitarias. Las áreas de trabajo se ubican en las áreas norte-centro, noreste, noroeste, suroeste y centro-este, abarcando toda la geografía nacional con atención directa a distribuidores y clientes productores.

1.4. Marco Conceptual

Al momento de definir los términos Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y Responsabilidad Social Empresarial, estos tienen usos indistintos. De acuerdo a como indica Navarro García (2014):

Se considera que el término Responsabilidad Social Corporativa tiene un alcance más amplio y es más prevalente, en particular en el aspecto internacional de la empresa. Este término presenta una gran cantidad de variaciones en proceso de desarrollo, para adaptar el mismo al tipo de organización en la que se ha de aplicar. (p.68).

La responsabilidad con que cada organización asume desde su perspectiva de responsabilidad social corporativa, lo que sucede en su entorno y el impacto de sus operaciones en la sociedad en la que esta ópera y también forma parte, depende de la filosofía empresarial que esta tenga definida. Por lo que las acciones que se han de aplicar determinaran el significado dado al concepto y los términos utilizados.

“La gestión del impacto que genera la empresa debido a su accionar y las actividades comerciales que realiza, es la forma en la que estas lideran la Responsabilidad Social Corporativa (RSC), considerando las entidades afectadas, que pueden ser la comunidad, los empleados, los clientes, accionistas, el medio ambiente y la sociedad en general.” (Garcia, 2018, pág. 37).

En el mismo orden el teórico expresa:

El ofertar bienes y servicios no debe ser el enfoque limitativo de las empresas hoy día, pues están deben centrar sus objetivos en el entorno natural y social que las rodea, con el cual se relacionan en procura de su desarrollo, con la finalidad de establecer responsabilidades a nivel social donde se tomen en cuenta las diferentes necesidades que presenta cada uno de los grupos sociales que puedan ser afectados por su desempeño. (p.37).

Con base en este enunciado, García (ob. cit) brinda una serie de definiciones:

Unión Europea (2011) presenta la que es considerada como la mejor de las definiciones, basada en la Guía ISO 26000, en la cual se define la RSC como “la responsabilidad de las empresas por su impacto en la sociedad”.

AECA (2004) Marco Conceptual de la Responsabilidad Social Corporativa: Se define como un compromiso que es voluntario en las organizaciones y que se conjugan con el desarrollo social, en busca de preservar el medio ambiente y a quienes lo componen socialmente de forma responsable hacia todo el colectivo y aquellos con quienes se interactúa.

Para la Organización Internacional del Trabajo (OIT), el conjunto de acciones que desarrolla una empresa en pro de realizar actividades que impacten positivamente en la sociedad y reafirmen los valores empresariales por los que se rige la empresa, en su propio método y proceso interno, así como en sus relaciones con otros involucrados en el proceso, es lo que se denomina como responsabilidad social.

WBCSD (World Business Council for Sustainable Development) expresa: que esta es la responsabilidad constante que la organización debe llevar a cabo, por medio a un comportamiento ético que a su vez contribuya al crecimiento económico de la empresa, y a la mejora de la calidad del tiempo de vida de los empleados, sus familiares, la comunidad en la que esta se desarrolla y el entorno completo con el que interactúa de forma directa e indirecta.

Business for Social Responsibility: Llevar a cabo negociaciones honrando los valores establecidos éticamente, procurando siempre respetar a las personas, la comunidad en la que se desarrollan las actividades y la naturaleza que rodea la empresa, es lo que se define como responsabilidad social. Por tanto, lograr el impulso de las expectativas establecidas legalmente, bajo las normas éticas, comerciales y cualquier otro tipo que la sociedad indique de los negocios, que influyan en la toma de decisiones y contribuyan a equilibrar justamente las acciones demandadas por cada uno de los involucrados.

European Green Paper. La RSC se define de forma esencial como un concepto utilizado por las organizaciones en el que estas deciden de forma voluntaria como realizar contribuciones que permitan mejorar la sociedad de la que forman parte, procurando impactar con aportes que contribuyan a mantener un medio ambiente más limpio.

García (2018, p. 38), expresa que las definiciones en su contenido pueden presentar variación por las proposiciones que de manera distinta se presenten, las cuales deben en todo momento cumplir previamente con tres responsabilidades, que son:

Responsabilidad económica, hace referencia a la acción de generar ingresos que superen los gastos y haga la empresa rentable. Las demás responsabilidades se derivan de esta. La cual es el principio en que se basa su existencia e influye en el que tengan sentido el proceso productivo y generador de productos y servicios.

Responsabilidad ética, en esta se implica la aplicación de la justicia al momento ejecutar acciones que requieran ser equitativo, para evitar cualquier daño. Los atajos ilegales o poco éticos no funcionan. Implican la satisfacción de las expectativas ideadas a nivel social, las cuales no se encuentran contempladas en dentro de la legislación que establece las siguientes responsabilidades:

Responsabilidad legal, lo que se interpreta como que debe cumplir con la legislación que le sea de aplicación. En otras palabras, un claro requisito de estricto cumplimiento de la ley. De lo contrario, el negocio no es considerado como sostenible.

1.5. Variables

Se refiere a las acciones que realiza la empresa en su gestión de responsabilidad social, con el fin de minimizar el impacto de su actividad en el medio ambiente.

Gestión de Responsabilidad Social Corporativa

Es el proceso en el que se integran las preocupaciones, éticas, sociales, ambientales y de respeto a los derechos humanos en las empresas, las cuales se sustentan generalmente en políticas y procedimientos que buscan generar valor positivo en las relaciones de la empresa con los grupos de interés que están relacionados a ella.

CAPÍTULO II: PROPUESTA SOBRE GESTIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

CAPÍTULO II: PROPUESTA SOBRE GESTIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

2.1. Diagnóstico de la situación actual

La Responsabilidad Social Empresarial es una cultura de negocios basada en principios éticos y firme cumplimiento de la ley, respetuosa de las personas, familias, comunidades, ecosistema y medio ambiente, que contribuye a la competitividad de las empresas, bienestar general y desarrollo sostenible.

Castillo Lora Soluciones Agrícolas, S.R.L es una organización de servicios dedicada a la importación y distribución de insumos agropecuarios para la protección de cultivos y nutrición vegetal; en tal sentido por actividad comercial que ejerce, tiene un gran compromiso de Responsabilidad Social y es de garantizar la sostenibilidad del medio ambiente, la salud de sus clientes internos y externos, la agricultura, y el ecosistema en general, pues un adecuado manejo y aplicación de sus productos es esencial y determinante para la conservación y preservación de todos estos factores. Para minimizar su impacto, se requiere de la implementación de políticas y estrategias adecuadas, en el ejercicio de sus actividades.

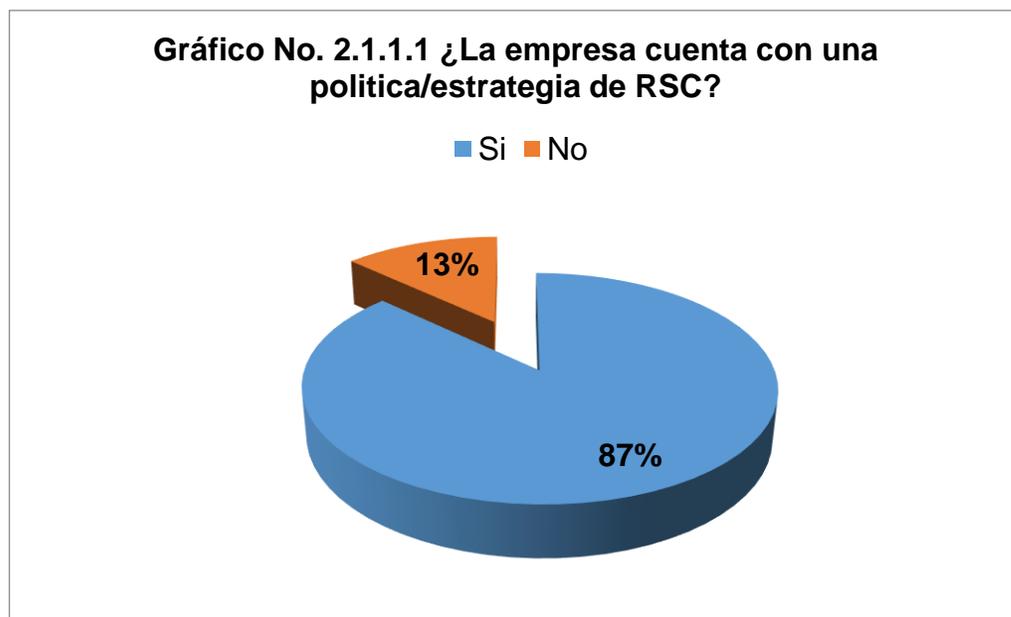
La técnica utilizada fue la encuesta, aplicándose un cuestionario con 12 preguntas a los colaboradores de Calosa, S.R.L. para obtener información sobre su gestión de responsabilidad social corporativa, de donde pude extraer los indicadores más relevantes presentados en este diagnóstico.

El cuestionario fue aplicado a 47 colaboradores de un total de 50, donde el 72% tienen menos de 5 años laborando en la empresa y el 28% por encima de los seis años. El 62% terminó sus estudios universitarios, el 26% secundarios, el

8% estudios técnicos y el 4% estudiantes universitarios. En cuanto a la edad de sus colaboradores, el 45% tiene de 31 a 40 años, el 38% de 19 a 30 años y el 17% mas 41 años

Iniciamos presentando los indicadores más relevantes, obtenidos:

Según los datos arrojados por los resultados del instrumento de obtención y registro de datos aplicado, se determinó que existen políticas de responsabilidad social corporativa, confirmados por el 87% de los encuestado, según se puede visualizar en el grafico 2.1.1. Sin embargo, esas políticas y estrategias deben ser estandarizadas y bien definidas, y dadas a conocer a las partes interesadas de la empresa, mediante canales de comunicación formales.

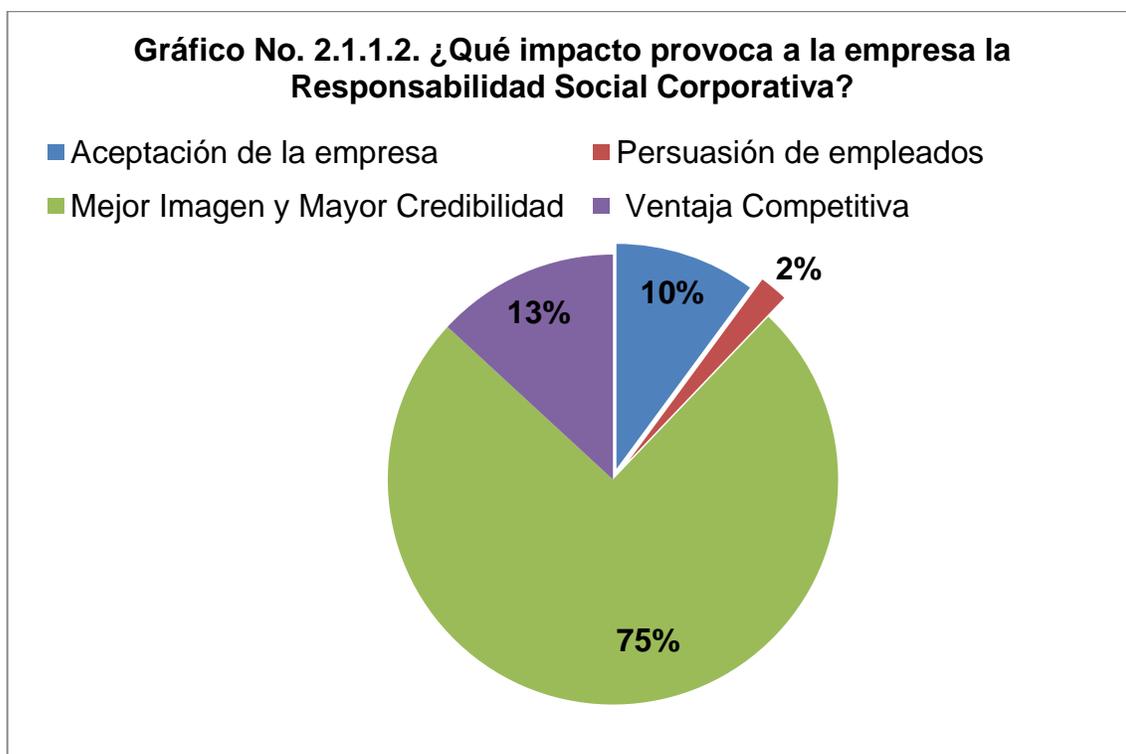


Fuente: Elaboración propia. Cuevas (2021)

En el gráfico No. 2.1.1.2 podemos visualizar el impacto que provoca a la empresa la Responsabilidad Social Corporativa, donde el 75% de los encuestados indicó que el impacto está relacionado con una mejor imagen y

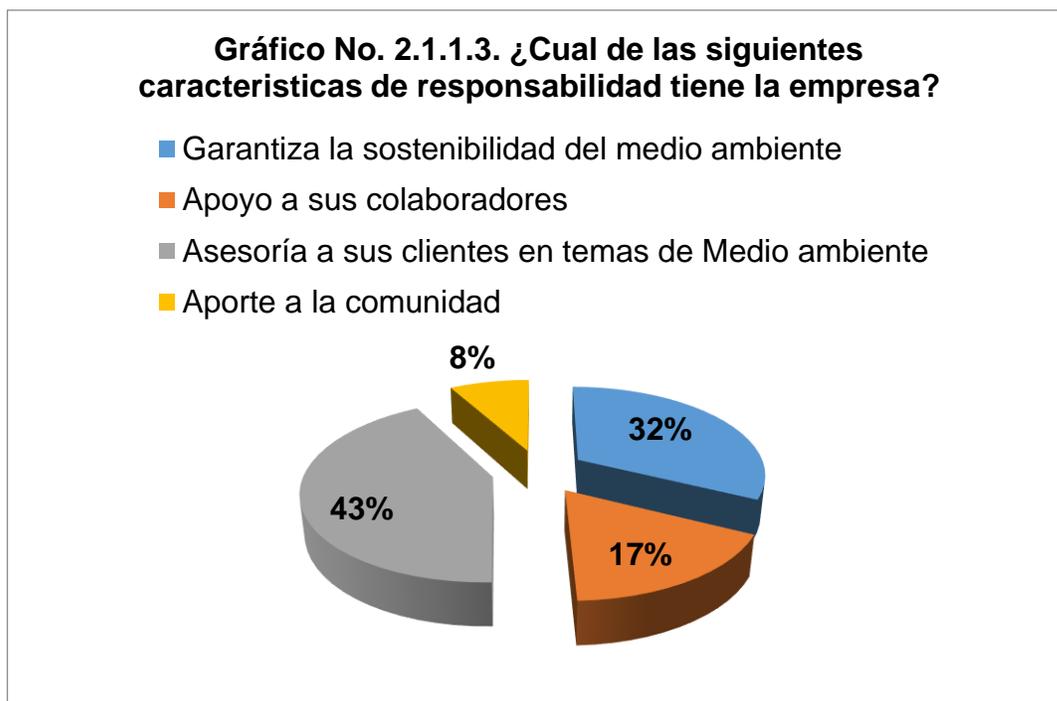
mayor credibilidad, un 13% indicó que la empresa obtiene una ventaja competitiva, el 10% de los encuestados indicó que la empresa obtiene un mayor nivel de aceptación y el 2% indicó que el impacto logra la persuasión de los empleados.

Según estos resultados la empresa proyecta una buena imagen y mayor credibilidad lo cual genera confianza entre los clientes que hacen uso de los productos y servicios, en cambio la aceptación de la empresa y la ventaja competitiva está muy baja, lo que nos indica que es necesario implementar estrategias que eleven ese bajo índice que perciben sus colaboradores, además de que los empleados no se sienten persuadidos por la organización.



Fuente: Elaboración propia. Cuevas (2021)

En el siguiente grafico 2.1.1.3 podemos visualizar que la responsabilidad social corporativa para la empresa Castillo Lora representa el nivel de compromiso que esta tiene con la sociedad, lo cual se refleja al indicar las características de responsabilidad social, con un 43%, el cual es la asesoría a clientes en temas de medio ambiente, lo que contrasta con la percepción de los aportes de la empresa a la comunidad que es un 8%. Si bien es cierto que la empresa asesora a sus clientes en temas sobre el uso adecuado de sus productos, también debes realizar aportes significativos a la comunidad donde se desenvuelve. Un 32% percibe que la empresa garantiza la sostenibilidad y un 17% de apoyo a sus colaboradores



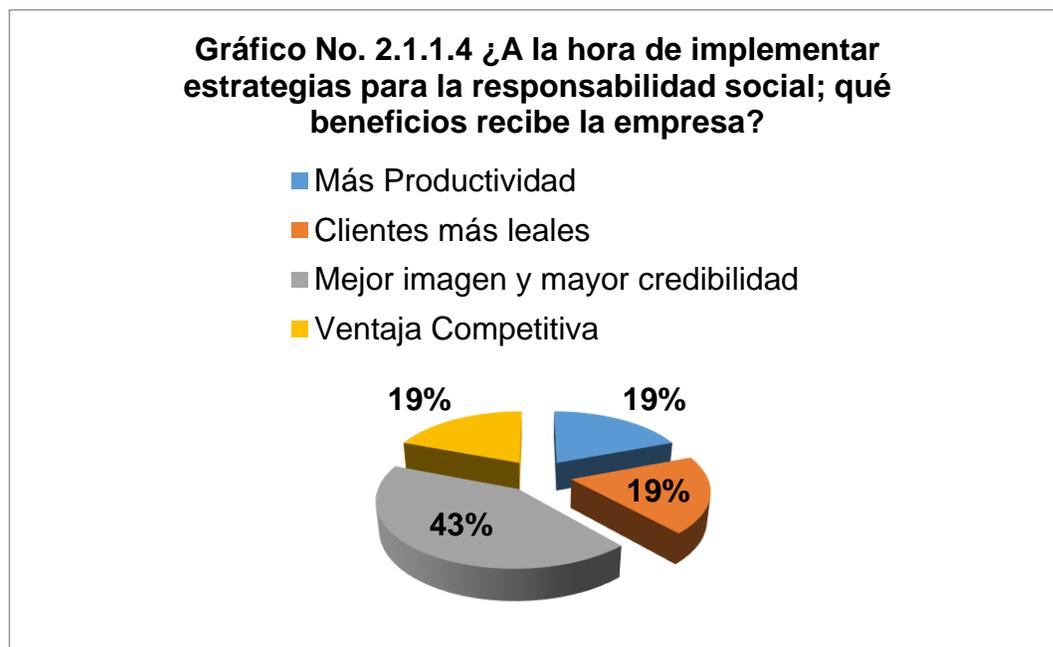
Fuente: Elaboración propia. Cuevas (2021)

En el gráfico No. 2.1.1.4 se visualizan los beneficios que recibe la empresa en materia responsabilidad social, donde un 43% de los encuestados contestó la empresa obtiene mejor imagen y mayor credibilidad, el restante de los

encuestados coincidieron con un 19% en los beneficios de más productividad, clientes más leales y ventaja competitiva.

La imagen de la empresa y la credibilidad de esta ante sus clientes y la comunidad, son de suma importancia para el desarrollo de la misma, por lo tanto, la empresa debe subir esa percepción y cumplir con esta estrategia para alcanzar su objetivo.

Una empresa que realiza vida comercial en una comunidad donde su imagen y credibilidad tiene buena aceptación, tiene mayores probabilidades de ser más productiva y tener por lo tanto la lealtad de sus clientes, que son los otros beneficios, que según los encuestados obtiene la empresa Castillo Lora Soluciones Agrícolas S.R.L.

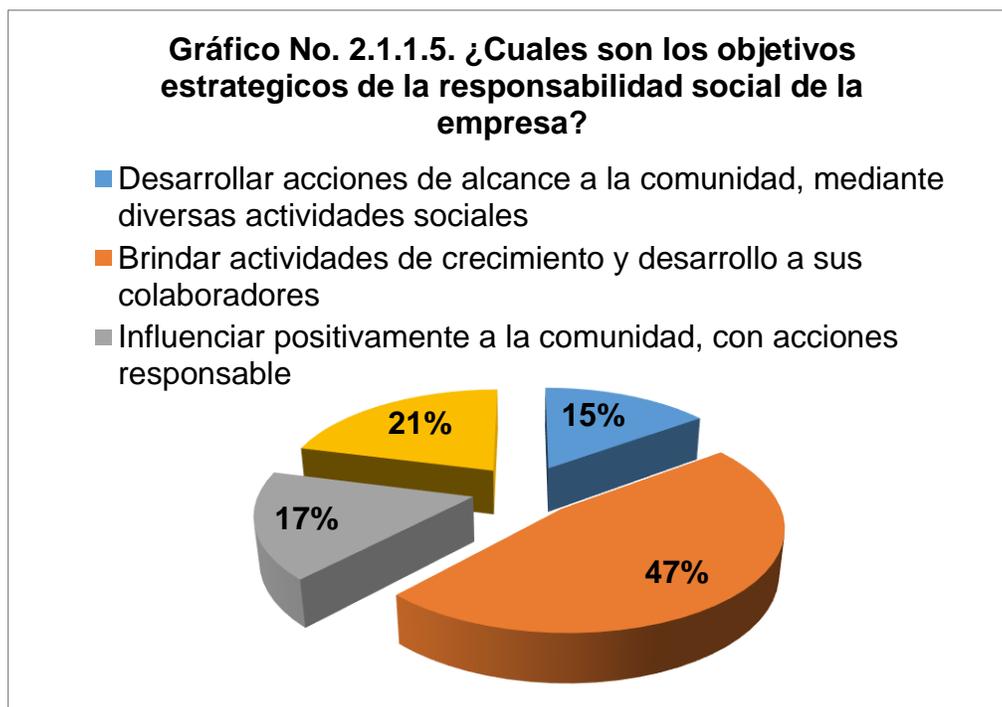


Fuente: Elaboración propia. Cuevas (2021)

En el gráfico 2.1.1.5 podemos visualizar que el objetivo estratégico de la responsabilidad social de la empresa con mayor valoración, fue el brindar

actividades de crecimiento y desarrollo a sus colaboradores con un 47%, mientras que el menor valor 15%, lo obtuvo el desarrollo de acciones de alcance a la comunidad, mediante diversas actividades sociales. Solo el 21% percibe que incrementa la competitividad y el 17% su influencia positiva en la comunidad.

Al obtener estas respuestas se refleja como los empleados valoran de forma positiva los objetivos estratégicos de la responsabilidad social corporativa, aunque siguen siendo bajos, en especial las acciones realizadas y su influencia en la comunidad, por lo que es un punto importante de nuestra propuesta para su fortalecimiento.

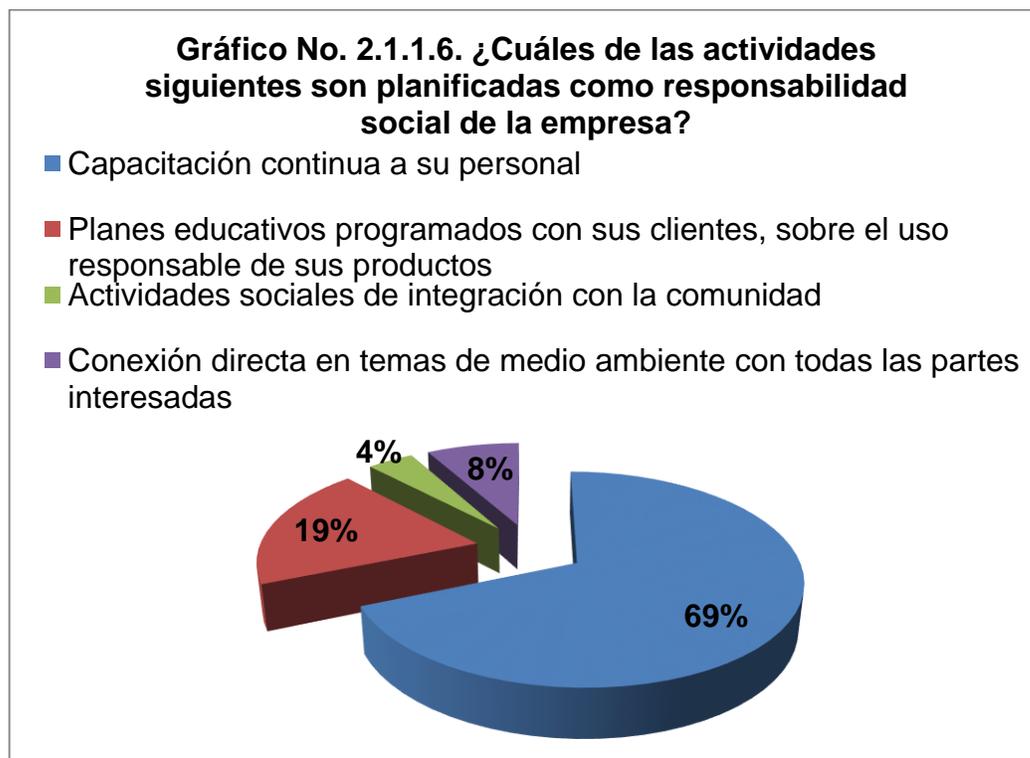


En el gráfico No. 2.1.1.6 se visualiza, las actividades que son planificadas como responsabilidad social de la empresa, en el cual se obtuvo como respuesta que el 69% de los encuestados contestó que la capacitación continua a su personal, el 19% indicó que planes educativos programados con sus clientes, sobre el uso responsable de sus productos, el 8% indicó que la conexión directa

en temas de medio ambiente con todas las partes interesadas y el 4% restante indicó que las actividades sociales de integración con la comunidad.

Estos resultados indican que los colaboradores de la empresa Castillo Lora Soluciones Agrícolas S.R.L, consideran que son parte esencial en la misma y que la empresa retribuye el esfuerzo que estos hacen desde sus posiciones laborales, destinando dentro de sus actividades de responsabilidad social un conjunto de estrategias que los benefician de forma directa en programas que los hacen crecer profesionalmente.

Actividades planificadas como RSC



Fuente: Elaboración propia. Cuevas (2021)

2.2. PROPUESTA SOBRE GESTIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Una vez identificados los aspectos que se consideran críticos, se procede a presentar el objetivo de este estudio: propuesta sobre Gestión de Responsabilidad Social Corporativa a la empresa Castillo Lora Soluciones Agrícolas S.R.L. Las acciones contempladas en esta propuesta, buscan mejorar la productividad de la empresa y la eficientización de sus operaciones, por medio de estrategias de responsabilidad social corporativa, que mejoren los aspectos con poca valoración en el análisis realizado.

Figura 2.2.1 Diseño de la propuesta



Nota: Elaborado por Cuevas (2021).

La propuesta para la empresa Castillo Lora Soluciones Agrícolas, se ejecutará en tres (3) etapas, que son: Diseño, Desarrollo e Implementación y Evaluación y Control.

En la etapa de Diseño se llevarán a cabo las siguientes actividades:

Se realizará el diseño de una estrategia comunicativa: La estrategia comunicativa debe contener la planificación de los objetivos de la empresa Castillo Lora Soluciones Agrícolas S.R.L, los cuales deben estar enfocados a la audiencia a la que se pretende alcanzar, para que la política de responsabilidad social corporativa sea dada a conocer a cada uno de los colaboradores de la organización.

- Elaborar un documento con las definiciones de las estrategias de RSC y sus acciones: En este documento se establecerán las definiciones de las áreas de gestión de la responsabilidad social corporativa de la empresa Castillo Lora Soluciones Agrícolas S.R.L, así como las acciones a ejecutar y los responsables de la misma. Este documento contará con la información necesaria para determinar cuál de los integrantes del comité de responsabilidad social corporativa está a cargo de la estrategia comunicativa que se ejecuta, así como los voluntarios que forman parte de ella y los resultados de la misma, como se observa en la figura 2.2.2:

Figura 2.2.2. Plantilla modelo de la estrategia comunicativa

Estrategía Comunicativa Plan de Responsabilidad Social Corporativa			
Empresa: CALOSA S.R.L		Comité de RSC	Fecha:
		Lider a cargo:	
Estrategía No.		Fecha Programada	
Objetivo de la estrategia			
Líder / Equipo voluntarios			
Área	Estrategía	Acciones	Responsable
Riesgos identificados y estrategias para su atención			
Resultados			

Nota: Esta plantilla es un modelo del diseño del documento de la estrategia comunicativa de la empresa Calosa S.R.L. Cuevas (2021).

- Definición de la estrategia comunicativa:** Establecer de forma clara los conceptos, aspectos y tareas de la estrategia comunicativa que será divulgada con la finalidad de que está sea entendible por la audiencia. Se definirá el alcance que tiene la propuesta, detallando las áreas en las que la responsabilidad social corporativa de la empresa ejecutará sus acciones, que serán la gestión social y ambiental.

- **Diseño de la política comunicativa:** Su finalidad es dejar plasmada la metodología que regirá la comunicación de las políticas de responsabilidad social corporativa en la empresa.

Se creará una política de responsabilidad social corporativa, que defina el concepto y en la que se establezcan las acciones que deben ejecutarse, asignando responsabilidades y estableciendo sanciones para quienes incumplan o no lleven a cabo lo establecido en la misma.

En la etapa de implementación y desarrollo se realizarán las siguientes actividades:

Selección del equipo: Se realizarán los colaboradores que participarán en el piloto de la implementación de la responsabilidad social corporativa, con la finalidad de dejar establecido un comité que tenga a su cargo la gestión de la RSC de la empresa.

El comité o equipo tendrá a su cargo la elaboración de un plan de acción inmediato para poner en marcha las acciones planteadas en esta propuesta y dar seguimiento a estos programas, de modo que se pueda conocer el feedback de los participantes.

El comité debe estar integrado por 3 miembros permanentes y un grupo de voluntarios de las diferentes áreas que integran la empresa, como se observa en la figura 2.2.3:

Figura 2.2.3. Organigrama del Comité de Responsabilidad Social Corporativa



Nota: Organigrama del comité de responsabilidad social corporativa propuesto a la empresa Calosa. Cuevas (2021)

El equipo que estará apoyando el desarrollo de la propuesta entregará formalmente el control de los procesos a un personal designado por la empresa, quienes serán responsables de llevar a cabo la gestión de responsabilidad social corporativa de la empresa.

Mejorar la competitividad de la empresa: En esta actividad el equipo que gestionará la propuesta considerará el hecho de que la imagen de la empresa tiene una buena percepción y posicionamiento, partiendo desde el análisis de los datos obtenidos por los colaboradores, por lo que se debe aprovechar esta ventaja a nivel competitivo para lograr que la implementación de la responsabilidad social corporativa tenga un alto impacto que genere beneficios a nivel comercial y a nivel de reputaciones.

La mejora de los aportes a la comunidad estará enfocada en la gestión social y ambiental.

Gestión social: A través de esta gestión la empresa buscará el desarrollo del personal como parte fundamental en la estrategia de responsabilidad social, por

medio al impulso del crecimiento de los colaboradores, complementando las acciones relacionadas a los proyectos sociales de la empresa.

Las acciones de la gestión social a considerar por la empresa serán las siguientes:

La participación activa en programas de reforestación del Ministerio de Medio Ambiente y otras instituciones afines, especialmente aquellas desarrolladas en las comunidades donde la empresa tiene impacto comercial. Estas actividades serán realizadas con una frecuencia anual, ya que la logística para el desarrollo de la misma requiere una planificación que no afecte la operatividad de la empresa, ni el espacio de tiempo no laborable de los colaboradores.

La realización de una actividad de apoyo a instituciones de labor social que impacten a niños y ancianos. Esta actividad se realizará de forma trimestral y será publicada en medios sociales y digitales para dar a conocer la labor realizada por la empresa a clientes, proveedores y público en general.

Gestión ambiental: A través de esta gestión la empresa buscará lograr la sensibilización de sus colaboradores y directivos en temas ambientales, por medio a la creación de acciones enfocadas en la preservación del medio ambiente en las comunidades donde esta realiza sus actividades comerciales.

Las acciones de la gestión ambiental a considerar por la empresa serán las siguientes:

- Evitar el desperdicio de energía, agua y materias primas
- Establecer un proceso de manejo de residuos que fomente el reciclaje
- Capacitar al personal para que sus acciones estén orientadas al fomento y cuidado del medio ambiente

- Realizar campañas de educación ambiental que abarquen a colaboradores, clientes y proveedores

En la etapa de evaluación y control se ejecutarán las siguientes actividades:

Evaluación de la propuesta: La evaluación se realizará considerando las acciones ejecutadas para el desarrollo de la propuesta y el resultado de cada una de estas.

Identificación de los medidores a utilizar: Se utilizarán como métodos para medir la ejecución y efectividad de la propuesta, la gestión del desempeño para identificar el nivel de cumplimiento de cada acción y un checklist para validar si las acciones fueron o no ejecutadas. Este checklist será diseñado como se observa en la figura 2.2.4.

Figura 2.3.4. Checklist para evaluar ejecución de propuesta

Lista de Chequeo Ejecución de Acciones Responsabilidad Social						
Empresa:				Fecha: / /		
No.	Acción	Ejecución		Importancia		
		Sí	No	Baja	Media	Alta
Comentarios						
Nombre del Evaluador:						

Nota: Diseño del checklist para evaluar ejecución de la propuesta. Cuevas (2021).

Establecer los valores de medición: Trata acerca del establecimiento de mecanismos para medir la Responsabilidad Social Corporativa de la empresa, de modo que permita evaluar cómo se cumplen los objetivos de la responsabilidad social corporativa de la empresa. Los valores que se utilizarán para medir el cumplimiento de las acciones ejecutadas en la evaluación de la propuesta serán los siguientes:

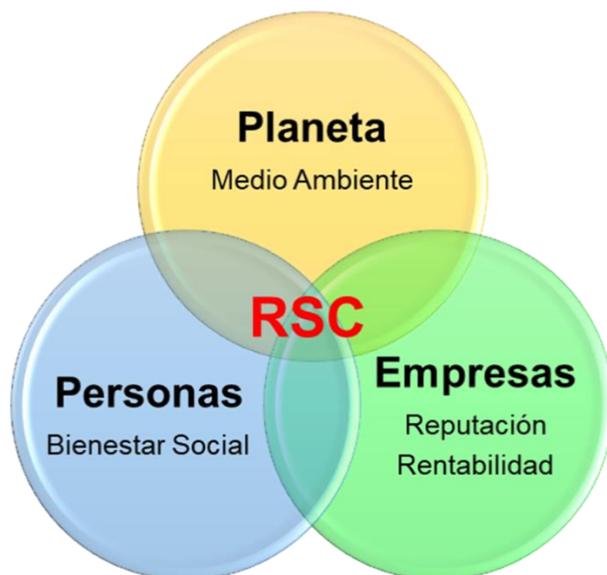
- Acción: Indicará la acción que se ejecuta para evaluar la propuesta.
- Ejecución: Indicará si la acción fue o no ejecutada.
- Importancia: Indicará que tan importante es la ejecución de la acción evaluada.

2.3. Presentación de la propuesta de Responsabilidad Social Corporativa

La empresa Castillo Lora Soluciones Agrícolas S.R.L está comprometida con la gestión de Responsabilidad Social Corporativa desde el enfoque ambiental, por lo que esta busca hacer un uso de recursos que no genere contaminación al medio ambiente y que en los procesos que intervienen en sus operaciones se tomen las medidas posible, que fomenten el buen uso de los recursos y el cuidado del entorno en el que la empresa ejerce su actividad comercial, en el entendido de que esta organización privada tiene un compromiso con la comunidad de la que esta forma parte.

La Gestión de Responsabilidad Social Corporativa de esta empresa puede ser definido como se presenta en la figura 2.3.1:

Figura 2.3.1. Gestión de Responsabilidad Social Corporativa



Nota: Adaptado por la autora Cuevas (2021) de <https://www.foromarketing.com/que-es-la-responsabilidad-corporativa/>

La gestión de Responsabilidad Social Corporativa debe considerar el principio de rendir cuentas, lo que permitirá que sean evaluados los aspectos de incidencia de este tanto a lo interno como a lo externo de la organización.

2.4. Evaluación de la propuesta

En la evaluación de la propuesta para implementar la Gestión de Responsabilidad Social Corporativa es necesario que se consideren los aspectos teóricos y conceptuales que intervienen en los procesos que forman parte de este compromiso asumido por la empresa Castillo Lora Soluciones Agrícolas S.R.L.

En esta evaluación se deben considerar los objetivos que se han planteado en la propuesta para determinar el nivel de cumplimiento de los mismos por medio a las siguientes preguntas:

1. La propuesta ¿alcanza los objetivos de forma explícita?
2. ¿Los objetivos de la propuesta son relevantes a la situación que se ha identificado en la empresa Castillo Lora Soluciones Agrícolas?
3. ¿La finalidad de la propuesta tiene un valor instrumental que genera algún tipo de contribución con la sociedad?
4. ¿Las ideas planteadas en la propuesta proveen legitimidad a la problemática que se combate?

Si los objetivos de la propuesta se cumplen, se puede considerar que la misma ha logrado alcanzar las metas para la que fue desarrollada, por lo que se considera que la propuesta de gestión de responsabilidad corporativa de la empresa Castillo Lora Soluciones Agrícolas S.R.L, es viable y que su ejecución incidirá de manera positiva en la productividad, expansión y desarrollo de la empresa.

CONCLUSIONES

Al concluir la presente propuesta y luego de realizar el análisis de los conceptos que se relacionan con la Responsabilidad Social Corporativa de la empresa Castillo Lora Soluciones Agrícolas S.R.L y los objetivos de esta investigación, hemos llegado a las siguientes conclusiones:

Es necesario que en la empresa Castillo Lora Soluciones Agrícolas S.R.L, se realice un proceso de creación de políticas, procedimientos y manuales de gestión de la Responsabilidad Social Corporativa, con la finalidad que esto pase a ser un compromiso asumido por la empresa y cada uno de sus colaboradores, por lo que se debe incluir en el proceso de inducción a nuevos empleados una charla que dé a conocer la importancia de la Responsabilidad Social Corporativa y su impacto en el desarrollo de la organización.

Se debe crear una campaña de comunicación interna en la que se solicite el registro voluntario de los colaboradores en un voluntariado que tenga como objetivo su participación en las actividades de responsabilidad social corporativa que realice la empresa, algunas de ellas extensivas a las familias de los colaboradores, como forma de fomentar la responsabilidad y cuidado del medio ambiente.

Se observó que de las características de responsabilidad social corporativa con las que la empresa cuenta, no son resaltadas de forma homogénea, donde las asesorías a clientes en temas de medio ambiente es la que más resalta, cuando la empresa cuenta con otras características que tienen un gran valor e importancia para su desarrollo.

Podemos concluir que esta investigación facilitó el identificar las causas principales por la que la responsabilidad social corporativa en la empresa Castillo

Lora Soluciones Agrícolas S.R.L, no es gestionada de forma eficiente, lo que impacta en su competitividad, la percepción de sus clientes y la comunidad en la que esta desarrolla sus operaciones.

RECOMENDACIONES

Al concluir con la propuesta a la empresa Castillo Lora Soluciones Agrícolas S.R.L, se procede a realizarles las siguientes recomendaciones:

- Se recomienda que la empresa realice un levantamiento utilizando la metodología empleada en esta investigación como guía u orientación del proceso a realizar.
- Se recomienda que la empresa use una mayor muestra al momento de realizar el levantamiento de los datos, con la intención de que les facilite obtener informaciones más completas para su posterior análisis, en el que la interpretación de los resultados arroje datos de interés para el desarrollo de estrategias de responsabilidad social corporativa con las que los colaboradores se identifiquen, lo que facilitará a su vez la integración de estos a la ejecución de las mismas.
- Se recomienda la implementación de estrategias de comunicación que den a conocer los resultados de las gestiones de la empresa en materia de responsabilidad social, considerando que lo que no se comunica muchas veces se entiende que es porque no se ha realizado.
- Se recomienda el diseño de manuales, políticas y procedimientos que establezcan los procesos que se llevaran a cabo para la gestión eficiente de la responsabilidad social corporativa.
- Se recomienda la implementación de actividades que fomenten la integración del personal de la empresa en el compromiso social asumido por la empresa, preferiblemente mediante encuestas donde los

colaboradores elijan en qué áreas les gustaría contribuir, de una lista ya preestablecida por el encargado de llevar a cabo estas actividades.

- Se recomienda la elaboración de un plan estratégico empresarial que contemple las actividades de responsabilidad social corporativa como objetivos que la empresa debe cumplir y establecer métodos para medir su cumplimiento.
- Se recomienda que la empresa apoye y participe en las actividades sociales convocadas por instituciones sin fines de lucro y organizaciones de protección al medio ambiente.
- Se recomienda la incorporación en la página web de la empresa de una sección que detalle el compromiso de la empresa con la responsabilidad social corporativa y muestre su participación en actividades afines.

BIBLIOGRAFIA

Aguilera Castro, A. y Puerto Becerra, D. (2012). Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social. Recuperado de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762012000100002

Arpi Trujillo, A. (2013). Propuesta de Implementación de la Responsabilidad Social Empresarial, y su Registro en el Sistema Contable en la Empresa CADITEX. Universidad Politécnica Salesiana. Cuenca, Ecuador

Barrio Fraile, E. (2016). La gestión de la responsabilidad social corporativa: el caso Unilever España. Universidad Autónoma de Barcelona. Departament de Publicitat, Relacions Públiques i Comunicació Audiovisual. Barcelona, España

Castillo Zambrano, P. y Hortensia Ricarde, G. (2018). Propuesta de un modelo de gestión de responsabilidad social empresarial para las empresas. Recuperado de https://issuu.com/pucesd/docs/trabajo_de_titulaci_n__castillo_rec

Comisión Presidencial Coordinadora de la Política del Ejecutivo en Materia de Derechos Humanos -COPREDEH. (2011). Pacto de Derechos Económicos, Sociales y Culturales.

Lopez Gutiérrez, M. y Vélez Gómez, L. (2014). Propuesta de modelo de responsabilidad social empresarial para la Cámara De Comercio de Medellín para Antioquia. Universidad de Medellín. Medellín, Colombia

Montañez Moya, G. y Gutiérrez Olvera, S. (2015). La responsabilidad social empresarial desde el enfoque de los grupos de interés. Editorial Cenit.

OIT. (s.f). La OIT y la Responsabilidad Social de la Empresa (RSE). Recuperado https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---multi/documents/publication/wcms_142694.pdf

Ruiz Otero, E., Gago Garcia, M., Garcia Leal, C. y Lopez Barra, S. (2013). Recursos humanos y responsabilidad social corporativa. Editorial Mc Graw Hill Education

ANEXOS

Anexo 1 - Anteproyecto



**Decanato de Estudios de Posgrado
Maestría en Gerencia y Productividad**

**Título
PROPUESTA DE GESTIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL
CORPORATIVA PARA LA EMPRESA CASTILLO LORA SOLUCIONES
AGRÍCOLAS, S.R.L. (CALOSA) ENERO-ABRIL 2021**

**Anteproyecto de Investigación para optar por el título de
Maestría en Gerencia y Productividad**

Sustentante
Elsa Iris Cuevas Matrícula 2019-1341

Asesor (a):
María Sevilla Quintana

Santo Domingo, D.N.
Enero, 2021

**PROPUESTA DE GESTIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL
CORPORATIVA PARA LA EMPRESA CASTILLO LORA SOLUCIONES
AGRÍCOLAS, S.R.L. (CALOSA) ENERO-ABRIL 2021**

Preguntas puntos de partida para desarrollo del tema seleccionado:

1. ¿De qué se trata la investigación propuesta?

La investigación trata sobre una propuesta de un modelo de gestión de responsabilidad social corporativa para la empresa Castillo Lora Soluciones Agrícolas, S.R.L. enero-abril 2021.

2. ¿En qué contexto se ubica?

El contexto es la empresa Castillo Lora Soluciones Agrícolas, S.R.L.

3. ¿Es de interés el tema?

Si, pues le permite a la empresa cumplir y comprometerse activamente en su labor social, económica y ambiental, a través de buenas prácticas que impacten a sus ciudadanos y sus comunidades.

4. ¿Existe información sobre el mismo?

Sí, existe diferentes variedades de fuentes de información sobre el tema.

5. ¿Dónde se puede encontrar o quien tiene la información?

La información se puede encontrar en libros, en la internet, en la misma empresa por la experiencia de los socios y colaboradores, así como en empresas afines a nivel nacional.

6. ¿Cuáles son los resultados personales que se espera?

Conocer sobre este tema, hacer la propuesta a la empresa para un impacto positivo ante la sociedad y poder concluir la maestría Gerencia de Productividad.

7. ¿Cuáles son los resultados generales que se espera?

Que haya conciencia en la sociedad sobre lo que significa el concepto de Responsabilidad Social Corporativa.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Desde los años 90 se habla de que las empresas deben ser responsables con el medio en que se desarrollan, es decir con el medio ambiente, con sus clientes, gobierno, así como con el trato a sus empleados. Debe contribuir a la construcción de una sociedad cada vez mejor, o sea al desarrollo sostenible, de tal manera que pueda proporcionar las herramientas para enfrentar los desafíos de la globalización y desarrollarte éticamente frente a todos los involucrados.

Castillo Lora Soluciones Agrícolas, S.R.L. institución familiar con más de 30 años en el mercado nacional, es una organización de servicios dedicada a la importación y distribución de insumos agropecuarios para la protección y nutrición vegetal; control de plagas urbanas, nutrición y medicina animal.

Para el cumplimiento de su Responsabilidad Social Corporativa la empresa realiza actividades en armonía con la comunidad enfocados a minimizar el impacto con el uso y abuso de los insumos agropecuarios y el medio ambiente, también imparte orientación a sus colaboradores para el manejo responsable de sus productos, pero no ha diseñado un plan de gestión de responsabilidad social corporativo que defina el marco y las directrices generales a seguir, en temas de RSC.

La carencia de la Gestión de Responsabilidad Social Corporativa en Calosa, S.R.L. le puede afectar en su desarrollo económico, su bienestar social, el medio ambiente, su imagen corporativa y su competitividad; dada que la responsabilidad social va encaminada al desarrollo sostenible y las instituciones que no adopten esta medida quedaran fuera de la sostenibilidad, atendiendo a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la agenda 2030.

Después del anterior planteamiento se hace pertinente realizar la siguiente pregunta a modo de formulación del problema:

¿A qué se debe, que Calosa, S.R.L. en sus acciones de gestión, no contempla un plan de Responsabilidad Social Corporativa?

PREGUNTA DE LA SISTEMATIZACIÓN

1. ¿Cuál es la responsabilidad social corporativa existente en la empresa Castillo Lora Soluciones Agrícolas, S.R.L. para el período enero-abril 2021?
2. ¿Qué variables inciden en Calosa, S.R.L. para no tener en funcionamiento una gestión de responsabilidad social corporativa?
3. ¿Cómo afecta a Calosa, S.R.L. la falta de un eficiente sistema gestión de Responsabilidad Social Corporativa?
4. ¿Qué procedimiento sistemático posee Calosa, S.R.L. en su Gestión de RSC?

OBJETIVO GENERAL

Proponer la gestión de Responsabilidad Social Corporativa, donde se establezca de manera formal y normalizada, los principios éticos y de responsabilidad de la empresa frente a la sociedad.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar la responsabilidad social corporativa existente en la empresa Castillo Lora Soluciones Agrícolas, S.R.L. para el período enero-abril 2021.
- Describir las variables que inciden en Calosa, S.R.L. para no tener en funcionamiento una gestión de responsabilidad social corporativa
- Identificar los efectos que produce la falta de un eficiente sistema gestión de Responsabilidad Social Corporativa.
- Especificar los procedimientos sistemáticos que posee Calosa, S.R.L. en su gestión de Responsabilidad Social Corporativa?

JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Justificación Teórica

En este trabajo, se propone investigar la información teórica existente basada en temas de RSC, en libros, revistas, tesis, página web, su historia y evolución a lo largo del tiempo, lo cual resulta fundamental para comprender el tema bajo estudio.

Justificación Metodológica

Para dar respuesta a los objetivos planteados, la investigación recurrirá a técnicas de investigación como la entrevista, la cual se hará a la gerencia, con el propósito de obtener información de describir las variables que inciden en que Calosa, S.R.L, tenga un plan de gestión de responsabilidad social, así como una lista de cotejo para validar y obtener informaciones de la empresa.

Justificación Práctica

La empresa Castillo Lora Soluciones Agrícolas, S.R.L. pertenece al sector proveedor de insumos agropecuarios distribuyendo sus productos en el sector agrícolas del país. Estos productos si bien contribuyen al crecimiento y desarrollo del cultivo de los productores agrícolas desde la siembra hasta sus cosechas, también por su naturaleza se requiere de un manejo responsable en su aplicación, por los efectos que estos pueden causar. En ese sentido esta investigación propone un modelo de Gestión de Responsabilidad Social Corporativa, el mismo le permitirá a la empresa elaborar estrategias concretas para mejorar de forma sustancial sus procesos y así alcanzar un impacto en la comunidad y ser más competitiva.

MARCO REFERENCIAL

MARCO TEÓRICO

Para profundizar sobre el tema de investigación de lo que llamamos hoy responsabilidad social corporativa, es importante conocer sus orígenes y como se ha venido desarrollando en el pasar del tiempo.

Sus orígenes y evolución se remontan a la década de los 50, según nos comenta García Leal (2013, pág. 262) que, a finales del siglo XVIII, con el inicio de la Revolución Industrial en Inglaterra, se comienza a valorar la importancia de la interrelación entre la empresa y la sociedad, luego con el pasar del tiempo se fue extendiendo al resto del continente europeo

Siguiendo con la idea de García Leal (2013, pág. 262), no es sino para el siglo xx, concretamente en la década de los años 50, es cuando surge la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) que nace como disciplina empresarial después de la publicación en EE.UU. del libro La responsabilidad social del empresario. Atribuido al economista norteamericano Kenneth Arrow, quien fue Premio Nobel de Economía en 1972, este libro dio un importante impulso al pensamiento sobre la RSC al plantear en uno de sus artículos la importancia de la responsabilidad social de las empresas.

Continúa García Leal (2013, pág. 262) que, en España, en el Siglo XIX, surge un movimiento cooperativo en distintos sectores, pero es en la primera mitad del Siglo XX cuando las empresas empiezan a crecer y a adquirir más poder. Se comienza a hablar de Responsabilidad Social Corporativa (RSC), diferenciándose del concepto de filantropía, surgiendo una nueva idea de empresa.

Pues podemos confirmar, en este contexto de García Leal (2013, pág. 262) que esta nueva idea empresarial tiene sus cimientos en la concepción de la empresa como un ente que no solo tiene obligaciones con los accionistas, sino que también es responsable de los impactos sociales y ambientales de su actividad.

García Leal (2013, pág. 262) sostiene que actualmente las empresas se enfocan por una política de desarrollo sostenible, satisfaciendo las necesidades presentes y al mismo tiempo responden a las necesidades de la sociedad. La misma sociedad en conjunto está

exigiendo una mayor preocupación por el medio ambiente a las empresas y mejoría para todos los integrantes. Si las empresas aplican los principios de RSC logran una diferencia con la competencia, además de obtener ventajas, con relación a otras empresas del sector.

Analizando las definiciones anteriores, se puede señalar que la Responsabilidad Social Corporativa goza de los siguientes caracteres:

Es una actividad voluntaria que asumen las empresas.

La RSC se incorpora a todo el proceso de producción y gestión de la empresa.

Exige un compromiso mayor que el mero cumplimiento de la legalidad.

Su desarrollo supone la interacción directa con los grupos de interés con los que la empresa se relaciona.

Según García Leal (2013, pág. 262) , tenemos leyes y principios que se han desarrollados entre países que tratan de conseguir que cada vez sean más las empresas que apliquen estas prácticas, pero no son de carácter obligatorio, entre ellos tenemos:

- Devolver a la sociedad parte de lo que ella aporta a la actividad empresarial.
- Minimizar los impactos negativos de la actividad empresarial en la sociedad.
- Respetar las recomendaciones y directrices internacionales y nacionales en materia de RSC.
- Trabajar a favor del desarrollo de los Derechos Humanos.

También se han desarrollado iniciativas internacionales, que han dado paso a la formalización de la RSC, por parte de las empresas, entre ellas la Organización Internacional del Trabajo, OIT y otras instituciones como la Unión Europea.

Para García Leal (2013, pág. 263), El principal instrumento de esta organización en materia de Responsabilidad Social Corporativa es el “Pacto Mundial de Naciones Unidas” (Global Compact) que nació en el Foro Económico Mundial de Davos en 1999. Este Pacto Mundial recoge diez principios que deben tener en cuenta las empresas que se sumen al mismo y que son los siguientes:

Cuadro. No 1 Principios de la Empresa

Principio 1	Las empresas deben respetar y apoyar la protección de los Derechos Humanos reconocidos internacionalmente dentro de su esfera de influencia.
Principio 2	Las empresas deben asegurarse de que no son cómplices de la violación de Derechos Humanos.
Trabajo	
Principio 3	Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y negociación colectiva.
Principio 4	Las empresas deben apoyar la erradicación de los trabajos forzados.
Principio 5	Las empresas deben apoyar la erradicación real del trabajo infantil.
Principio 6	Las empresas promoverán las prácticas para la eliminación de la discriminación en el empleo.
Medio Ambiente	
Principio 7	Las empresas deben favorecer el principio de prevención en la preservación del medio ambiente.
Principio 8	Las empresas colaborarán en el desarrollo de iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad medioambiental.
Principio 9	Las empresas favorecerán el desarrollo de tecnologías respetuosas con el medio ambiente.
Corrupción	
Principio 10	Las empresas colaborarán en la eliminación de la corrupción, incluyendo la extorsión y el soborno.

Fuente: Foro Económico Mundial de Davos en 1999

Marco Teórico

Los términos Responsabilidad Social Corporativo (RSC) y Responsabilidad Social Empresarial se usan indistintamente, pero según Navarro García (2014) “se considera que el termino Responsabilidad Social Corporativa tiene mayor alcance y está más extendido, sobre todo en la vertiente internacional de la empresa. En ultima se están desarrollando numerosas variantes del término RSC/RSE para ser ajustados de manera más adecuado al tipo de organización responsable”. (p.68).

Cuando se habla de la responsabilidad social corporativa, se refiere a la responsabilidad que tiene cada organización frente al medio ambiente en el que se desenvuelve y de la sociedad de la cual es parte. Para seguir profundizando sobre el tema y su aplicación, es necesario conocer los diferentes conceptos, términos y variantes utilizados.

“La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) es una forma de dirigir las empresas basado en la gestión de los impactos que su actividad genera sobre sus clientes, empleados,

accionistas, comunidades locales, medioambiente y sobre la sociedad en general.” (García, 2018, pág. 37).

En el mismo orden el teórico expresa:

Empresas modernas de hoy no pueden limitarse a solo ofrecer bienes y servicios, sino que deben enfocar sus objetivos al medio natural y social con el que se relacionan y para desarrollar esa responsabilidad deben tener en cuenta las necesidades e intereses de esos grupos sociales que se pueden ver afectados con su actuación. (p.37).

Con base a ese principio García (ob.cit) presenta algunas definiciones, veamos:

Unión Europea (2011) quizás la mejor definición, tomada de la Norma–Guía ISO 26000, la cual define la RSC como «la responsabilidad de las empresas por su impacto en la sociedad».

AECA (2004) Marco Conceptual de la Responsabilidad Social Corporativa: La RSC es el compromiso voluntario de las empresas con el desarrollo de la sociedad y la preservación del medio ambiente, desde su composición social y un comportamiento responsable hacia las personas y grupos con quienes interactúa.

Para la Organización Internacional del Trabajo (OIT) la responsabilidad social de la empresa es el conjunto de acciones que toman en consideración las empresas para que sus actividades tengan repercusiones positivas sobre la sociedad y que afirman los principios y valores por los que se rigen, tanto en sus propios métodos y procesos internos como en su relación con los demás actores. La RSC es una iniciativa de carácter voluntario.

WBCSD (World Business Council for Sustainable Development) expresa: es el compromiso continuo de las empresas de comportarse éticamente y contribuir al desarrollo económico, mejorando a la vez la calidad de vida de los trabajadores, sus familias, la comunidad local y la sociedad en su conjunto.

Business for Social Responsibility. Responsabilidad Social es «lograr con éxito comercial en formas que honren los valores éticos y respeto por la gente, comunidades y el ambiente natural. Conduciendo las expectativas legales, éticas, comerciales y otras que la sociedad tiene de los negocios, y haciendo decisiones que equilibren de un modo justo las demandas de todos los grupos de interés clave».

European Green Paper. RSC es esencialmente un concepto por el que las compañías deciden voluntariamente contribuir a una mejor sociedad y a un ambiente más limpio.

García (2018, pág. 38) comenta que el contenido de cada definición varía según las distintas propuestas y que se tiene que cumplir con tres responsabilidades previas, veamos:

Responsabilidad económica, es decir generar beneficios y ser rentable. Es la base sobre la que se cimentan el resto de las responsabilidades. Constituye la base de su existencia. Sin ella no tiene sentido la producción y generación de productos o servicios.

Responsabilidad ética, es decir ser justo, la obligación de hacer lo que está bien y es justo, el evitar el daño. No sirven atajos ilegales ni faltos de ética. Conllevan el cumplimiento de expectativas sociales no contempladas en la legislación aplicable. Entre otros tenemos:

- **Responsabilidad legal**, es decir debe de cumplir la legislación que le aplique. En otras palabras, una clara exigencia de cumplir la legalidad con rigor. En caso contrario la empresa no es sostenible.
- **Aspectos relativos a los Derechos Humanos:** prácticas de inversión y abastecimiento, no discriminación, libertad de asociación, explotación infantil y trabajos forzados, buenas condiciones de seguridad y salud laboral, derechos de los indígenas.

- **Aspectos relativos a los Derechos Laborales:** empleo, relación empresa/trabajadores, seguridad y salud en el trabajo, formación, igualdad de oportunidades y de género, entre otros.
- **Aspectos relativos a los Derechos Sociales:** Relaciones con la comunidad, Corrupción, Política Pública, Competencia desleal, Cumplimiento de normativa.

Responsabilidad medioambiental: Impactos de sus operaciones, productos y servicios, su consumo de materia prima, consumo de energía y agua; impacto sobre la biodiversidad, emisiones, vertidos, residuos, transportes.

Como se ha mostrado según García (2018, pág. 38), la RSC es un modelo de gestión empresarial que la empresa adopta de manera voluntaria en que:

- Incluye en el centro de su visión estratégica, además de sus objetivos comerciales o competitivos la gestión de sus aspectos sociales e impactos medioambientales.
- Estructura sus políticas en función de las necesidades y demandas concretas de su entorno más próximo o lo que es lo mismo, sus grupos de interés.
- Cobra una especial relevancia la gestión excelente de los activos intangibles como el capital intelectual, la reputación o la transparencia.

Se puede definir Responsabilidad Social Corporativa como “acciones que realiza una empresa que parecen promover el bien social, más allá de intereses de la empresa y de lo requerido por la ley” (McWilliams y Siegel, 2001, p. 117), citado por González Masip y Cuesta Valiño. (2018, pág. 51).

Responsabilidad Social Corporativa “Es la Gestión socialmente responsable de la actividad por parte de las empresas y se caracteriza por tener en cuenta los impactos que todos los aspectos de sus actividades generan sobre sus clientes, empleados, accionistas, comunidades locales, medio ambiente y sobre la sociedad en general”. Cañas Montañez (2018, pág. 9).

Responsabilidad Social Corporativa y empresarial “es un modelo de negocios con autorregulación que ayuda a una compañía a ser socialmente responsable frente a sí misma, sus accionistas, y el público. Al practicar la responsabilidad social corporativa, también llamada ciudadanía corporativa, la compañía pueden ser conscientes del tipo de impacto que ellas están teniendo en todos los aspectos de la sociedad, incluyendo los económicos, sociales y ambientales.” (Gutierrez, 2020)

MARCO ESPACIAL

El trabajo será realizado en la empresa Castillo Lora Soluciones Agrícolas, S.R.L. ubicada en la calle Buenaventura Freites, No.16, Los Jardines del Norte. Distrito Nacional.

MARCO TEMPORAL

El trabajo se inicia el 02 de enero 2021 y finalizará el 20 de abril 2021, luego de 4 meses de investigación.

Antecedentes de la Investigación:

La Gestión de la RSC les permite a las organizaciones dar respuestas a sus partes interesadas, a la vez de generar confianza en el entorno en el que se desenvuelve.

En búsqueda de mejores resultados en esta investigación, es importante verificar cuales han sido los antecedentes de este proyecto, donde se puede comprobar los aportes realizados a las organizaciones.

En un estudio realizado por Pamela Mishelle Castillo Zambrano y Gladys Hortensia Ricarde Rosado (Rosado, 2018) Propuesta de un Modelo de Gestión de Responsabilidad Empresarial para las empresas de los sectores: comercial y de Agricultura, Silvicultura y Pesca de la provincia de santo Domingo de los Shchilas, año 2018. Sus objetivos fueron proponer un modelo de gestión de práctica de responsabilidad social empresarial para las empresas de los sectores comercial y de agricultura, Silvicultura y Pesca de la provincia de santo Domingo de los Shchilas, año 2018. Esto para mejorar el desempeño comercial. Ese proyecto fue asesorado por Mg Yajaira Elizabeth Miranda Rojas.

Operacionalización de las Variables Gestión

Variables	Definición conceptual	Dimensión	Indicadores	Items	Técnicas	Instrumentos
Gestión de Responsabilidad Social Corporativa	Se refiere a las acciones que realiza la empresa en su gestión de responsabilidad social, con el fin de minimizar el impacto de su actividad en el medio ambiente.	Planificación	-Objetivos Estratégicos -Presencia en los valores -Políticas y lineamientos Establecimiento en las normas	¿Se plantea en los objetivos estratégicos de la empresa, la responsabilidad social? ¿En los valores de la empresa, está el valor de RSC? ¿Las políticas de Calosa, definen su gestión en tema de RSC? ¿cuáles acciones estratégicas se consideran? ¿En las normativas de las empresas se plantean acciones de responsabilidad social?	Encuesta	Cuestionario de preguntas
		Diseño	Actividades planificadas	¿existen actividades enfocadas a la RSC en la empresa? ¿Cuáles de las siguientes actividades son planificadas para dar cumplimiento a la responsabilidad social de la empresa? a) En el ámbito de clientes internos(colaboradores) b) En cuanto a conservar el medio ambiente. c) En el ámbito de clientes externos	Encuesta	Cuestionario de preguntas

		Control y seguimiento	Acciones	¿Existen delineadas acciones de seguimiento corporativo para la educación ambiental?	Encuesta	Cuestionario de preguntas
		Evaluación	Gestión corporativa	¿Cuáles son los procedimientos de gestión de RSC que emplea la empresa? el control y seguimiento de RSC emplea la empresa? ¿cuáles mecanismos de control y seguimiento de RSC emplea la empresa?	Encuesta	Cuestionario
		Dimensión Ambiental	Medio Ambiente	¿está la empresa comprometida con el medio ambiente? ¿se delinean acciones de atención al medio ambiente? ¿áreas del medio ambiente que atiende la empresa en la dimensión ambiental?	Encuesta	Cuestionario de preguntas

Aspectos metodológicos

TIPO DE ESTUDIO

EXPLORATORIO O FORMULATIVO

El tipo de investigación utilizado en el caso de estudio Gestión de Responsabilidad Social Corporativa es exploratorio, debido a que se basa en estudiar y desarrollar la teoría existente para formular el plan y llevarlo a su posible aplicación.

DESCRIPTIVO

Esta investigación se basará en un estudio descriptivo, para lo cual se van a utilizar algunos instrumentos para coleccionar información como es la entrevista aplicada a los colaboradores de Calosa, S.R.L. para así alcanzar los objetivos de esta investigación.

EXPLICATIVO

En esta investigación se dará respuesta a lo que implicaría gestionar la Responsabilidad Social Corporativa, su propósito, características y los beneficios que recibe la empresa al poner en funcionamiento el mismo.

MÉTODO DE ESTUDIO

INDUCTIVO

Según (Hernandez Sampieri, pág. 8)“Este método va de lo particular a lo general, exploran y describen, y luego generan perspectivas teóricas”.

Desde este orden de ideas la utilización de este método pretende ir de lo específico a lo general, es decir de los conocimientos particulares sobre la responsabilidad social de la empresa hasta conclusiones generales.

DEDUCTIVO

Con la utilización de este método se pretende, que las teorías generales encontradas, permitan llegar a conclusiones particulares inductivamente.

ANALISIS

Mediante este método realizaremos una descomposición de las informaciones sobre el caso, para analizar a profundidad sus elementos constitutivos de la responsabilidad social y para llegar a conclusiones sobre porque las empresas no tienen un plan normalizado.

SINTEISIS

Con el uso de este método sintetizaremos los elementos distinguido en el análisis, ya que estos métodos van de la mano, primero procedo analizando y luego procederé. En otras palabras, debemos decir que la síntesis es un procedimiento mental que tiene como meta la comprensión cabal de la esencia de lo que ya conocemos en todas sus partes y particularidades.

FUENTES Y TECNICAS DE LA INVESTIGACION

FUENTES PRIMARIAS

Se refiere a los libros, artículos, monografías, tesis, documentos oficiales que serán consultados en la investigación del tema.

FUENTES SECUNADARIAS

Se refiere a las compilaciones, resúmenes, lista de referencias que serán consultados en la investigación del tema.

POBLACIÓN Y MUESTRA

Según (Sampieri, 2010) , “Muestra en el proceso cualitativo, es un grupo de personas, eventos, sucesos, comunidades, etc., sobre el cual se habrán de recolectar los datos, sin que necesariamente sea representativo del universo o población que se estudia. ”

La población está compuesta por el total de empleados de la Empresa Castillo Lora Soluciones Agrícolas, S.R.L., que es igual a 50.

La muestra se escogerá de forma aleatoria, de la cual se aleccionarán 20 empleados de la población total.

TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

ENTREVISTAS

Esta técnica se basa en la conversación y es de carácter científico según su finalidad, fiabilidad y la precisión en el intercambio de la información.

Se aplicará entrevista como técnica de investigación a los ejecutivos de Calosa, S.R.L. y su personal para obtener información sobre el tema bajo estudio.

OBSERVACIÓN

Según (Hernandez Sampieri, 2014) la observación consiste en el registro sistemático, válido y confiable de comportamiento o conducta manifiesta.

A través de esta técnica se realizará una minuciosa observación de la documentación existente en la empresa sobre el tema, para indagar sobre el porqué no tienen establecido un plan de responsabilidad social formal.

INSTRUMENTOS

Según Moreno Anaya (2013): “Instrumento de Investigación es la herramienta utilizada por el investigador para recolectar la muestra de la población seleccionada y poder resolver el problema de la investigación. Los instrumentos están compuestos por escala de medición”.

Los instrumentos que se utilizarán para la recolección de datos son los diferentes libros, revistas, web, leyes, que se estudiarán a las entrevistas que se harán a personas expertas en cuanto al tema sobre Responsabilidad Social Corporativa.

RECOLECCIÓN Y ANÁLISIS DE INFORMACIÓN

Un aspecto muy importante en el proceso de una investigación es el que tiene relación con la obtención de la información, pues de ello dependen la confiabilidad y validez de estudio. Obtener información confiable y válida requiere cuidado y dedicación. Esta etapa de recolección de información e investigación se conoce también como trabajo de campo.

Una vez analizadas metódicamente las informaciones se procederá a establecer conclusiones pertinentes en pos de dar respuestas a los objetivos planteados al inicio de la investigación.

TABLA DECONTENIDO

Resumen
Dedicatoria
Agradecimiento
Introducción

CAPÍTULO I: MARCO REFERENCIAL TEÓRICO CONCEPTUAL RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

- 1.1 . Concepto de la Responsabilidad Social Corporativa
- 1.2 . Reseña histórica de Responsabilidad Social Corporativa
- 1.3 . Marco Internacional que promueve la RSC
- 1.4. Ventajas y Desventajas de la Responsabilidad Social Corporativa
- 1.5. Característica de la Responsabilidad Social Corporativa
- 1.6. Entorno de la RSC
- 1.7. Principios de la RSC
- 1.8. La Responsabilidad Social Corporativa en R.D.
- 1.9. Modelo de Responsabilidad Social Corporativa
- 1.10. Ética empresarial y Responsabilidad social.
- 1.11. El Proceso de Gestión de la Responsabilidad Social Corporativa
- 1.12. Antecedentes de la investigación
- 1.13. Marco Contextual
- 1.14. Marco Conceptual
- 1.15. Variables

CAPÍTULO II: PROPUESTA SOBRE UN MODELO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

- 2.1. Diagnóstico de la situación actual
- 2.2. Análisis de la Investigación sobre Responsabilidad Social Corporativa
- 2.3. Propuesta
- 2.4. Presentación del modelo de Responsabilidad Social Corporativa
- 2.5. Evaluación de la propuesta

CONCLUSIONES
RECOMENDACIONES
BIBLIOGRAFÍA

Presupuesto

Ingresos en miles de RD\$		Egresos en miles de RD\$	
Concepto	Monto	concepto	Monto
		Materiales gastables	10,000.00
Recursos propios	40,000.00	Transporte y combustible en movimientos relativos a la investigación	5,000.00
		Honorarios profesionales a asesores	15,000.00
		Libros	8,000.00
		Otros gastos	2,000.00
Total de Ingresos	40,000.00	Total de Egresos	40,000.00

Cronograma

Cronograma Anteproyecto Enero - Abril 2021																
Actividades	Mes 1		Mes 2				Mes 3				Mes 4					
	Semanas															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
1 Plan de investigacion del Anteproyecto																
2 Plantamiento del problema, Formulacion y sistematizacion del problema																
3 Levantamiento y análisis de procedimientos de la asesora																
4 Elaboración del Marco Teórico																
5 Revision de las informaciones																
6 Aspectos metodológicos																
7 Elaboración del informe final																
8 Revision del informe final por el asesor																
9 Presentacion de trabajo final.																

BIBLIOGRAFÍA

- García. (2018). *La responsabilidad social corporativa como modelo de gestión empresarial*. Las Rozas (Madrid).
- García Leal, C. (2013). *Recursos humanos y responsabilidad social corporativa*. Madrid, Spain: McGraw-Hill España.
- González Masip, J. y. (enero-junio de 2018). *De responsabilidad social a sostenibilidad corporativa: una revisión actualizada*. *Revista Internacional de Investigación en Comunicación* , 46-71. Obtenido de <file:///C:/Users/lenovo/Downloads/Dialnet-DeResponsabilidadSocialASostenibilidadCorporativa-6432330.pdf>
- Gutierrez, I. (14 de junio de 2020). *Muy Financero*. Obtenido de <http://www.muyfinanciero.com/conceptos/responsabilidad-social-corporativa/>
- Hernandez Sampieri, R. (2014). *Metodología de Investigación*, 6ta. ed. Mexico: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA, S.A. DE C.V.
- Montañez, T. C. (2018). *Responsabilidad Social Corporativa*. España: ELEARNING, S.L.
- Navarro Garcia, F. (2014). *Responsabilidad Social Corporativa: teoría y práctica* (2a. ed.). Madrid,: ESIC Editorial.
- Rosado, P. M. (febrero de 2018). Obtenido de https://issuu.com/pucesd/docs/trabajo_de_titulaci_n__castillo_rec
- Sampieri, D. R. (2010). *Metodología de la investigación*, quinta edición. México D.F.: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

Anexo 2 - Encuesta



Decanato de Estudios de Posgrado Maestría en Gerencia y Productividad

Cuestionario dirigido a colaboradores Calosa, S.R.L.

Propósito: Estimado/as, le comparto el siguiente cuestionario con el propósito de obtener datos e informaciones, con fines de diseñar una propuesta de GESTIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA PARA LA EMPRESA CASTILLO LORA SOLUCIONES AGRÍCOLAS, S.R.L. (CALOSA) ENERO-ABRIL 2021, la misma corresponde al trabajo de investigación final de la Maestría en Gerencia y Productividad. Las informaciones suministradas serán tratadas con total discreción.

Instrucciones: A continuación, se les presenta una serie de interrogantes de las cuales usted deberá responder encerrando con un círculo la letra de la respuesta que refleje su percepción al respecto:

Nombre:

1. **¿Tiempo que tiene trabajando en la empresa Castillo Lora Soluciones Agrícolas, S.R.L.**
 - a) 0-5 años
 - b) 6-10años
 - c) 11-15 años
 - d) Mas de 16 años

2. **¿Escolaridad?**
 - a) Secundario
 - b) Técnico
 - c) Estudiante universitario
 - d) Universitario

3. **Rango de Edad**
 - a) 19 a 30
 - b) 31 a 40
 - c) 41 a 50

d) 60 o más

4. ¿La empresa cuenta con una política/estrategia de RSE/sostenibilidad?

- a) Si
- b) No

5. ¿Qué impacto provoca a la empresa la Responsabilidad Social Corporativa?

- a) Aceptación de la empresa
- b) Persuasión de empleados
- c) Mejor Imagen y Mayor Credibilidad
- d) Ventaja Competitiva

6. ¿La empresa hace cumplimiento de la Responsabilidad Social Corporativa?

- a) Si
- b) No

7. ¿Cuál de las siguientes características de responsabilidad social tiene la empresa?

- a) Garantiza la sostenibilidad del medio ambiente
- b) Apoyo a sus colaboradores
- c) Asesoría a sus clientes en temas de Medio ambiente
- d) Aporte a la comunidad

8. ¿Cuáles son los objetivos estratégicos de la responsabilidad social de la empresa?

- a) Desarrollar acciones de alcance a la comunidad, mediante diversas actividades sociales
- b) Brindar actividades de crecimiento y desarrollo a sus colaboradores
- c) Influir positivamente a la comunidad, con acciones responsable
- d) Incrementar su competitividad en el mercado

9. ¿Cuáles de las actividades siguientes son planificadas como responsabilidad social de la empresa?

- a) Capacitación continua a su personal
- b) Planes educativos programados con sus clientes, sobre el uso responsable de sus productos
- c) Actividades sociales de integración con la comunidad
- d) Conexión directa en temas de medio ambiente con todas las partes interesadas

10. ¿Cuál es el nivel de control de seguimiento corporativo para la educación ambiental que realiza la empresa?

- a) Poco seguimiento
- b) Mediano seguimiento
- c) Mucho seguimiento
- d) Ausencia de seguimiento

11. ¿A la hora de implementar estrategias para la responsabilidad social; qué beneficios recibe la empresa?

- a) a) Más Productividad
- b) b) Clientes más leales
- c) c) Mejor imagen y mayor credibilidad
- d) d) Ventaja Competitiva

12- ¿Qué le otorga a la empresa el valor de la Responsabilidad Social?

- a) Prestigio
- b) Competitividad
- c) Aumenta su productividad
- d) Aumenta su aceptación en el mercado

Anexo 3 - Análisis de Resultados

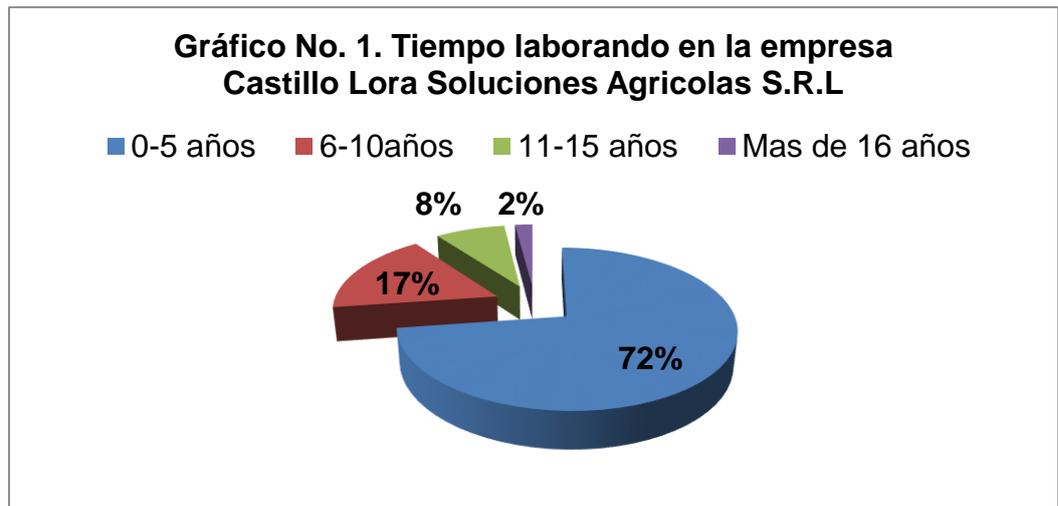
2.2. Análisis de la Investigación sobre Responsabilidad Social Corporativa

Análisis de los Resultados del instrumento aplicado, el Cuestionario.

A continuación, presentamos un análisis en gráficos, producto del instrumento aplicado, para visualizar las respuestas recogidas de los colaboradores de Castillo Lora soluciones Agrícolas, S.R.L. Este cuestionario fue aplicado a 47 colaboradores de un total de 50. El cuestionario consta con 12 preguntas con cuatro alternativas de respuestas, para seleccionar una según el criterio del encuestado. El mismo fue aplicado con la finalidad de poder obtener información que será necesaria para la propuesta que se ha de presentar a la empresa.

A partir de las dimensiones manejadas se obtuvieron informaciones de los siguientes indicadores:

Tiempo laborando en la empresa



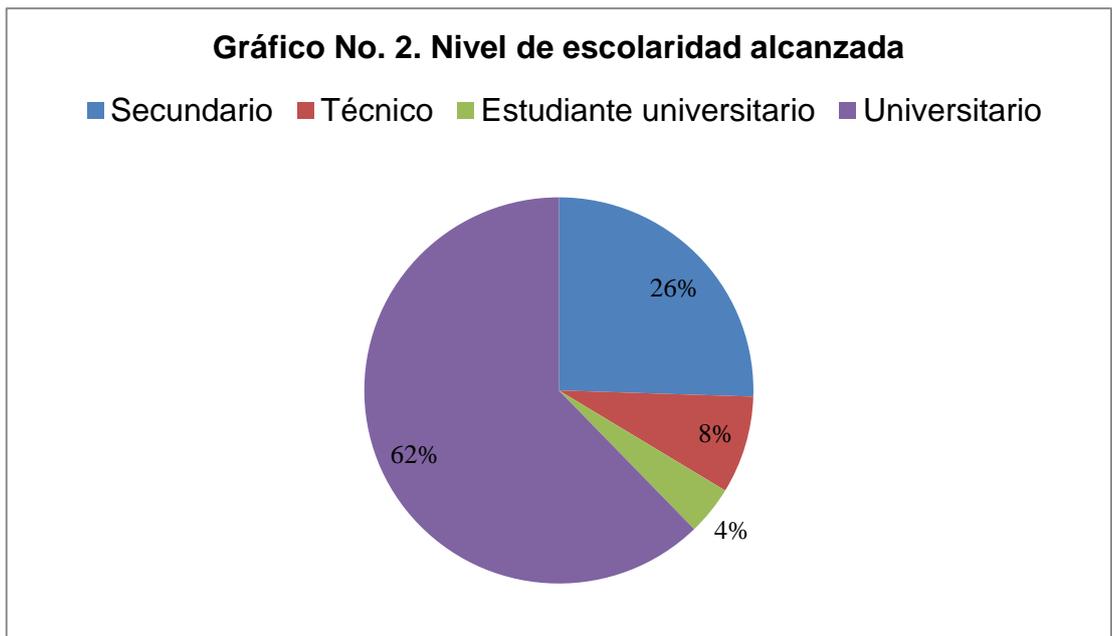
Fuente: Elaboración propia. Cuevas (2021)

Análisis

El gráfico No.1 visualiza que al preguntarles sobre el tiempo que tienen laborando en la empresa Castillo Lora Soluciones Agrícolas S.R.L, el 72% de los encuestados indicó que tiene de 0-5 años, el 17% dijo tener de 6-10 años, el 8% tiene de 11-15 años y el 2% tiene más de 16 años.

Estos resultados reflejan que, aunque la mayor parte del personal tiene menos de 5 años en la empresa, esta cuenta con un 23% de empleados de larga trayectoria, que conocen como la empresa ha evolucionado y pueden aportar su experiencia a los más jóvenes.

Escolaridad alcanzada



Fuente: Elaboración propia. Cuevas (2021)

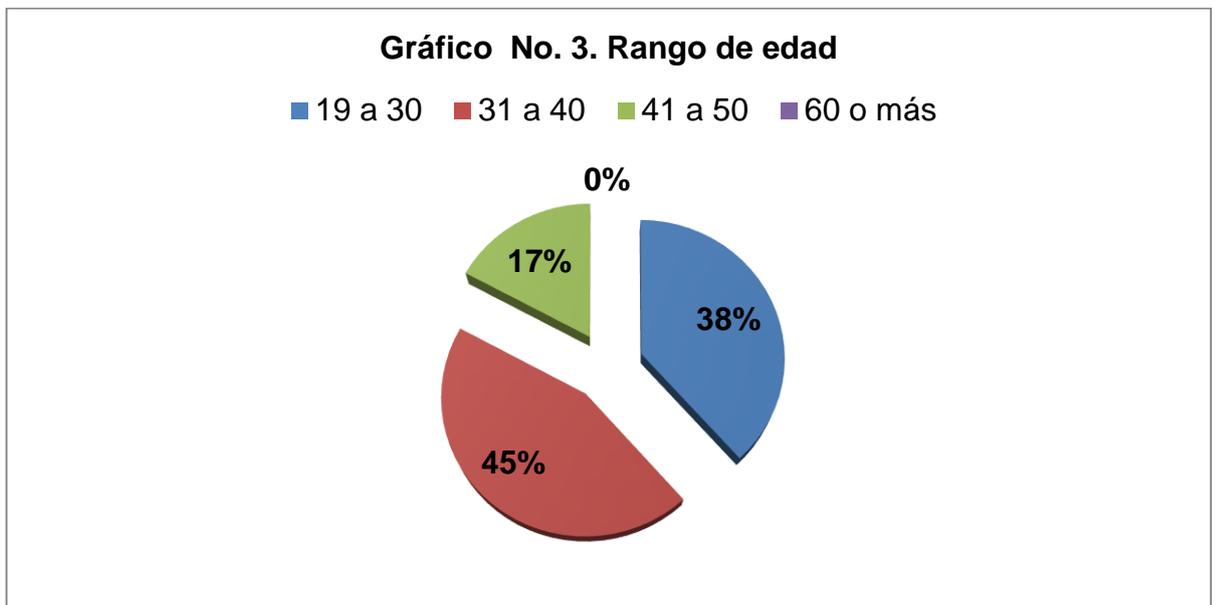
Análisis

El gráfico No.2 visualiza que, al cuestionar sobre el nivel de escolaridad alcanzada por los encuestados, el 62% contestó que han concluido sus estudios universitarios, el 26% indicó que llegó al nivel

secundario, el 8% cuenta con un nivel técnico y el 4% restante se encuentra cursando estudios universitarios.

Con estas respuestas podemos determinar que el personal de la empresa Castillo Lora Soluciones Agrícolas S.R.L, cuenta con la capacidad profesional para comprender lo que implica la Responsabilidad Social Corporativa, en el desarrollo de la empresa y la imagen de esta ante la sociedad que hace uso de sus servicios y productos.

Rango de edad



Fuente: Elaboración propia. Cuevas (2021)

En el gráfico No. 3 se visualiza que, al cuestionar sobre la edad de los encuestados, se obtuvo como resultado que el 38% tiene de 19 a 31 años, el 45% tiene de 31 a 40 años, y el 17% tiene de 41 a 50 años.

Este resultado refleja que el 64% de los colaboradores de la empresa Castillo Lora Soluciones Agrícolas S.R.L tienen una edad inferior a 40 años, lo que los agrupa dentro de las generaciones de los Millenials

(generación Y) y la generación Z, consideradas las generaciones del inicio de la digitalización y la expansión masiva del internet.

El hecho de que estos colaboradores en su mayoría pertenezcan a estas generaciones los hace usuarios conocedores de las nuevas tecnologías y con un buen manejo de las plataformas digitales, que son parte esencial para divulgación de las políticas de Responsabilidad Social de las empresas, que utilizan el internet como medio para alcanzar a clientes en cualquier parte del mundo, independientemente de su ubicación geográfica.

Política y estrategia de responsabilidad social

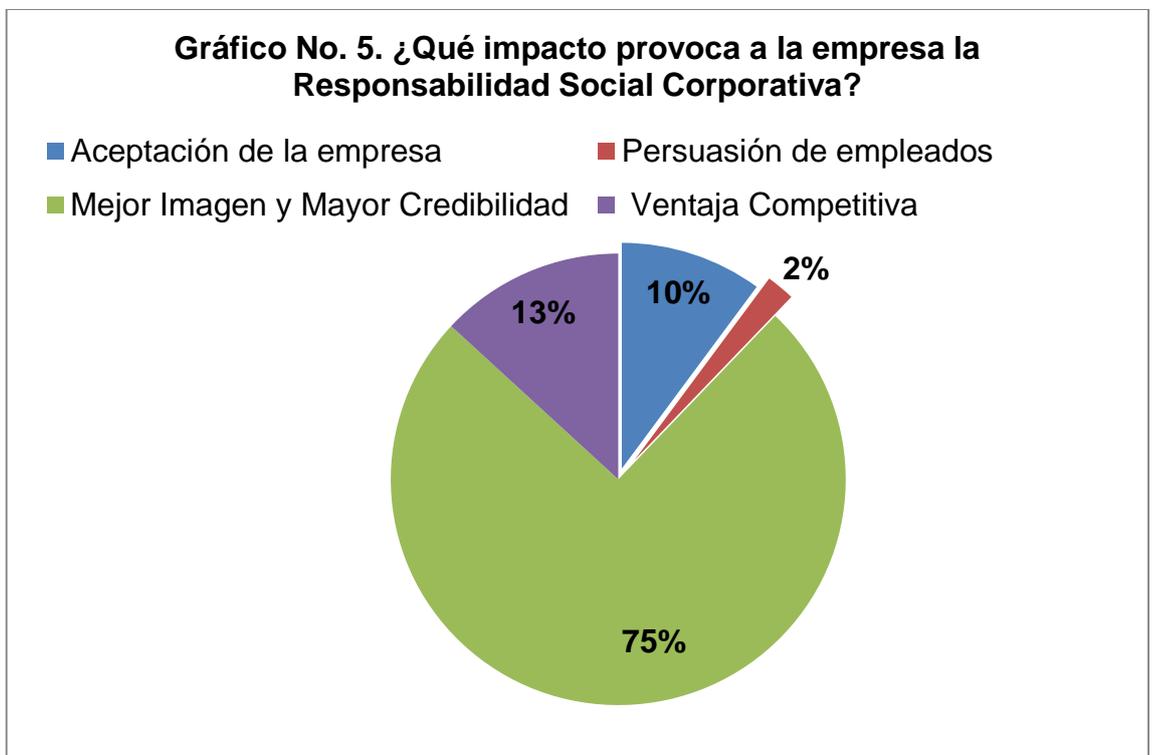


Fuente: Elaboración propia. Cuevas (2021)

En el gráfico No. 4 se visualiza que las respuestas a la pregunta de si la empresa cuenta con una política/estrategia de RSC, el 87% de los encuestados indicó que sí, mientras que el restante 13% contestó que no.

Este resultado indica que a pesar de que la empresa posea desde la percepción de los empleados, una política RSC; se hace necesaria la ejecución de una estrategia comunicativa a lo interno de la empresa en la que se den a conocer las mismas en las políticas internas, con la finalidad que todos los empleados las conozcan, ya que un porcentaje de los encuestados indicó que la empresa no cuenta con estas estrategias.

Impacto de la RSC a la empresa



Fuente: Elaboración propia. Cuevas (2021)

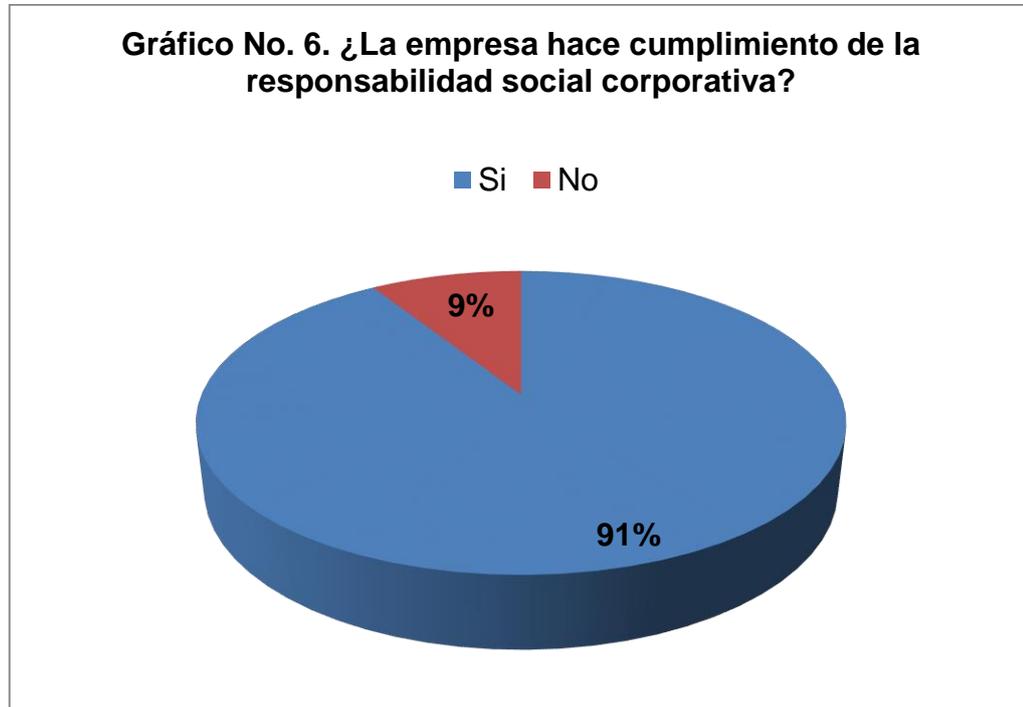
En el gráfico No. 5 se visualiza que al preguntar sobre el impacto que provoca a la empresa la Responsabilidad Social Corporativa, se obtuvo como respuesta que el 75% de los encuestados indicó que el impacto está relacionado con una mejor imagen y mayor credibilidad, un 13% indicó que la empresa obtiene una ventaja competitiva, el 10% de los encuestados indicó que la empresa obtiene un mayor nivel de

aceptación y el 2% indicó que el impacto logra la persuasión de los empleados.

El resultado a esta pregunta indica que la percepción de los empleados acerca de los objetivos que la empresa Castillo Lora Soluciones Agrícolas S.R.L busca lograr con la Responsabilidad Social Corporativa, es la de tener una mejor imagen y credibilidad ante el público, lo que indica que estos comprenden las razones de ser de la RSC.

Proyectar una buena imagen y generar confianza entre los clientes que hacen uso de los productos y servicios de la empresa, debe ser uno de los objetivos alcanzables por las empresas al diseñar sus estrategias de Responsabilidad Social Corporativa.

Cumplimiento de la empresa de la RSC

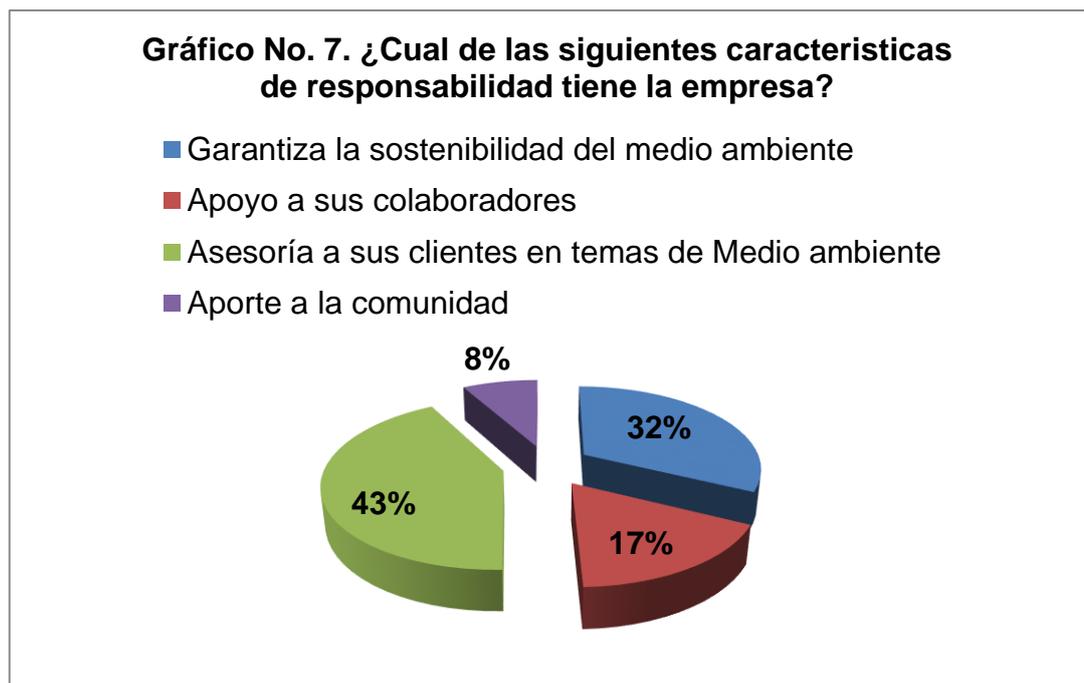


Fuente: Elaboración propia. Cuevas (2021)

En el gráfico No. 6 se visualiza que al preguntar sobre si la empresa hace cumplimiento de la Responsabilidad Social Corporativa, se obtuvo como respuesta el 91% de los encuestados indicó que sí, mientras que solo un 9% indicó que no.

Con estas respuestas se identifica la necesidad de desarrollar métodos que permitan determinar el nivel de cumplimiento de la Responsabilidad Social Corporativa, con la finalidad de clarificar si lo expresado por algunos de los encuestados es una percepción o una realidad y tomar así las decisiones adecuadas para que promocióne el cumplimiento o se corrijan las fallas que impidan que se logre al 100%.

Características de RSC tiene la empresa



Fuente: Elaboración propia. Cuevas (2021)

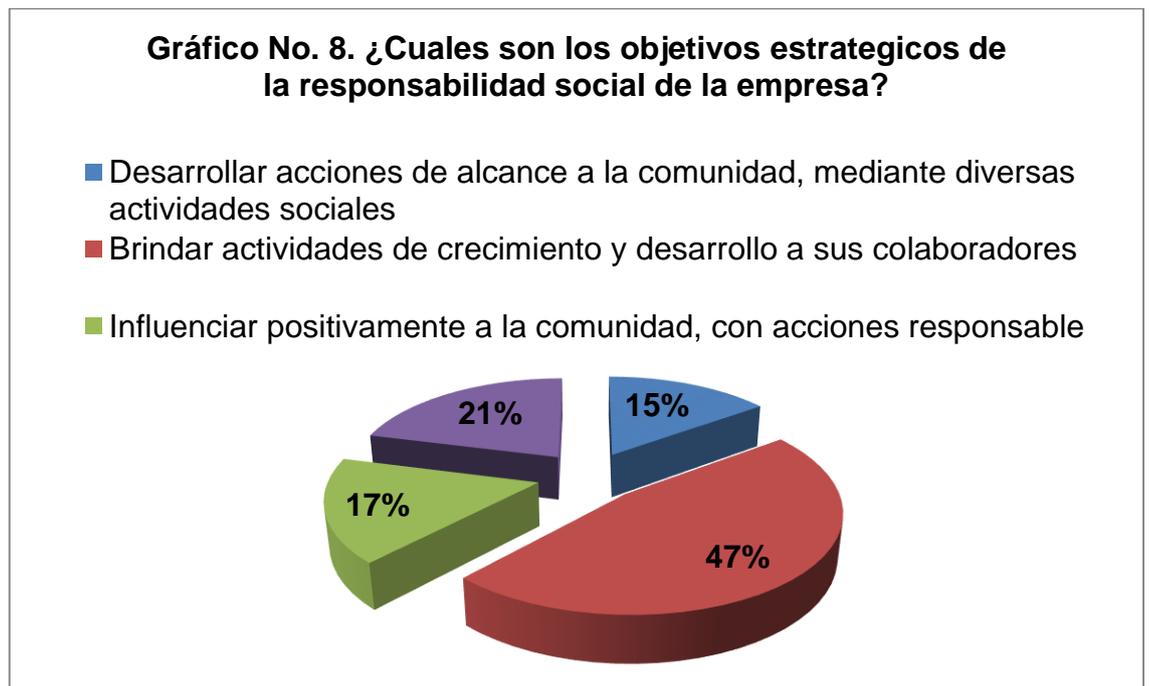
En el gráfico No. 7 se visualiza que al cuestionarles sobre cuál de las siguientes características de responsabilidad social tiene la empresa, el 43% de los encuestados contestó que era la asesoría a sus clientes en temas de medioambiente, el 32% indicó que era garantizar

la sostenibilidad del medio ambiente, un 17% indicó que era el apoyo a sus colaboradores y el 8% indicó que era el aporte a la comunidad.

Con estas respuestas se nota que los temas relacionados al medio ambiente son los que tienen mayor auge dentro de la responsabilidad social corporativa, lo que favorece a la empresa, ya que su impacto está estrechamente ligado a este ámbito.

Se debe considerar el levantamiento de información que permita identificar la valoración de los empleados de cual característica consideran más importante, para equilibrar la prioridad que tienen las de mayor auge con las que tienen menos y son de gran relevancia para los colaboradores.

Objetivos estratégicos de RSC



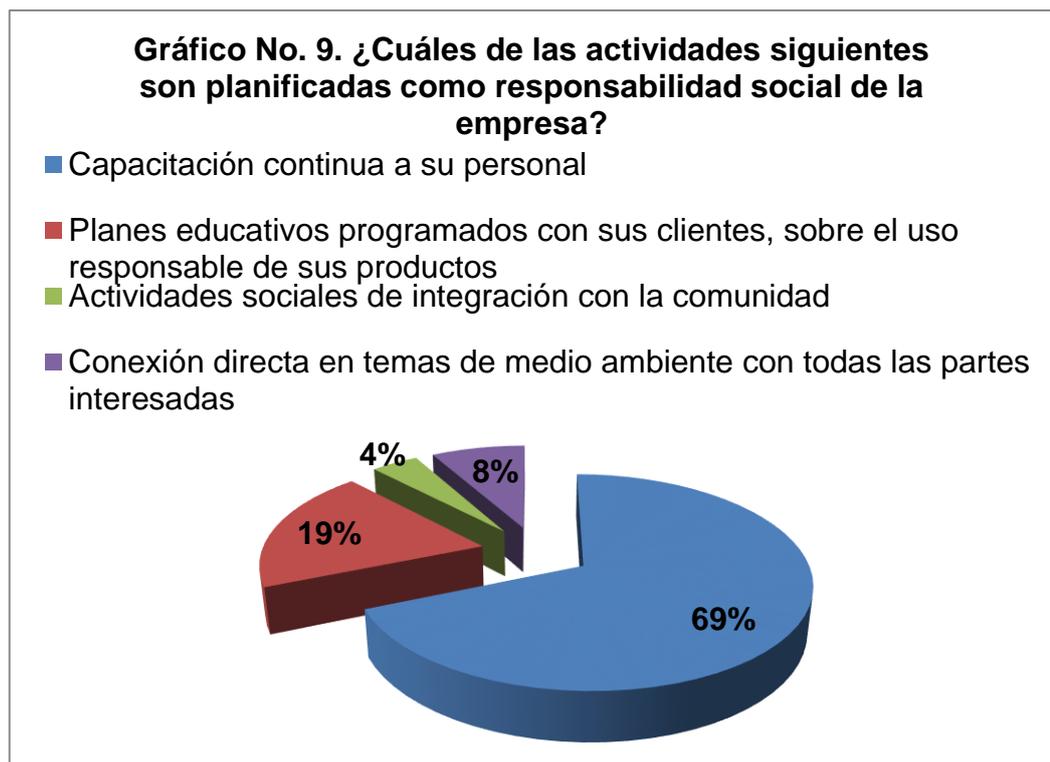
Fuente: Elaboración propia. Cuevas (2021)

En el gráfico No. 8 se visualiza al preguntarles sobre los objetivos estratégicos de la responsabilidad social de la empresa, un 47% de los encuestados indicó que son el brindar actividades de crecimiento y

desarrollo a sus colaboradores, un 21% que es incrementar su competitividad en el mercado, un 17% indicó que es el influenciar positivamente a la comunidad, con acciones responsables y el restante 15% indicó que son desarrollar acciones de alcance a la comunidad, mediante diversas actividades sociales.

Al obtener estas respuestas se refleja como los empleados valoran de forma positiva los objetivos estratégicos de la responsabilidad social empresarial, indicando estos que consideran que ellos son parte esencial dentro de estos y que la empresa busca que estos logren crecer y desarrollarse dentro de la misma.

Actividades planificadas como RSC



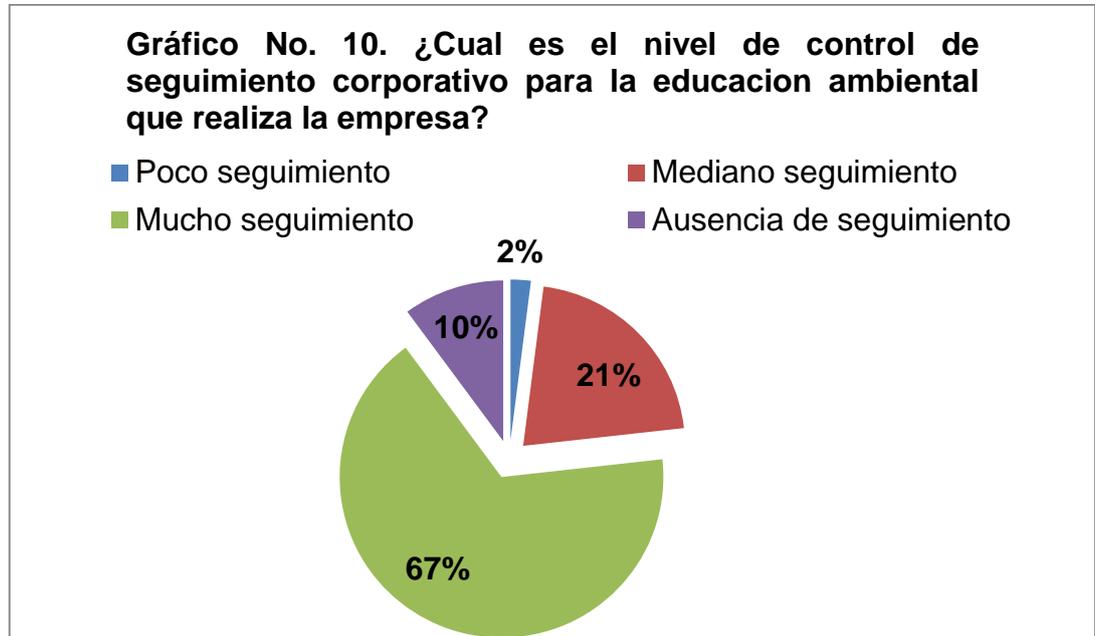
Fuente: Elaboración propia. Cuevas (2021)

En el gráfico No. 9 se visualiza, al preguntarle sobre cuáles de las actividades siguientes son planificadas como responsabilidad social de la empresa, se obtuvo como respuesta que el 69% de los encuestados

contestó que la capacitación continua a su personal, el 19% indico que planes educativos programados con sus clientes, sobre el uso responsable de sus productos, el 8% indico que la conexión directa en temas de medio ambiente con todas las partes interesadas y el 4% restante indicó que las actividades sociales de integración con la comunidad.

Estos resultados indican que los colaboradores de la empresa Castillo Lora Soluciones Agrícolas S.R.L, consideran que son parte esencial en la misma y que la empresa retribuye el esfuerzo que estos hacen desde sus posiciones laborales, destinando dentro de sus actividades de responsabilidad social un conjunto de estrategias que los benefician de forma directa en programas que los hacen crecer profesionalmente.

Control de seguimiento a la educación ambiental



Fuente: Elaboración propia. Cuevas (2021)

En el gráfico No. 10 se visualiza, al cuestionar sobre el nivel de control de seguimiento corporativo para la educación ambiental que realiza la empresa, obtuvimos como respuesta que el 67% de los encuestados indico que existe mucho seguimiento, un 21% indicó que

existe un mediano seguimiento, el 10% indico que existe poco seguimiento y el 2% restante indico que existe una ausencia de seguimiento.

Con estas respuestas se visualiza como la mayoría de los empleados indican que la educación ambiental es un tema al que la empresa realiza un seguimiento continuo. Sin embargo, es de considerar que un 12% indica que existe poco seguimiento o ausencia del mismo, por lo que es necesario tomar acciones para medir el nivel de seguimiento que se está dando a la educación ambiental, con miras a desarrollar acciones que logreen alinear este proceso con los objetivos de la empresa, delegando responsabilidades y exigiendo informes de avances y cumplimiento.

Beneficios por implementación de RSC



Fuente: Elaboración propia. Cuevas (2021)

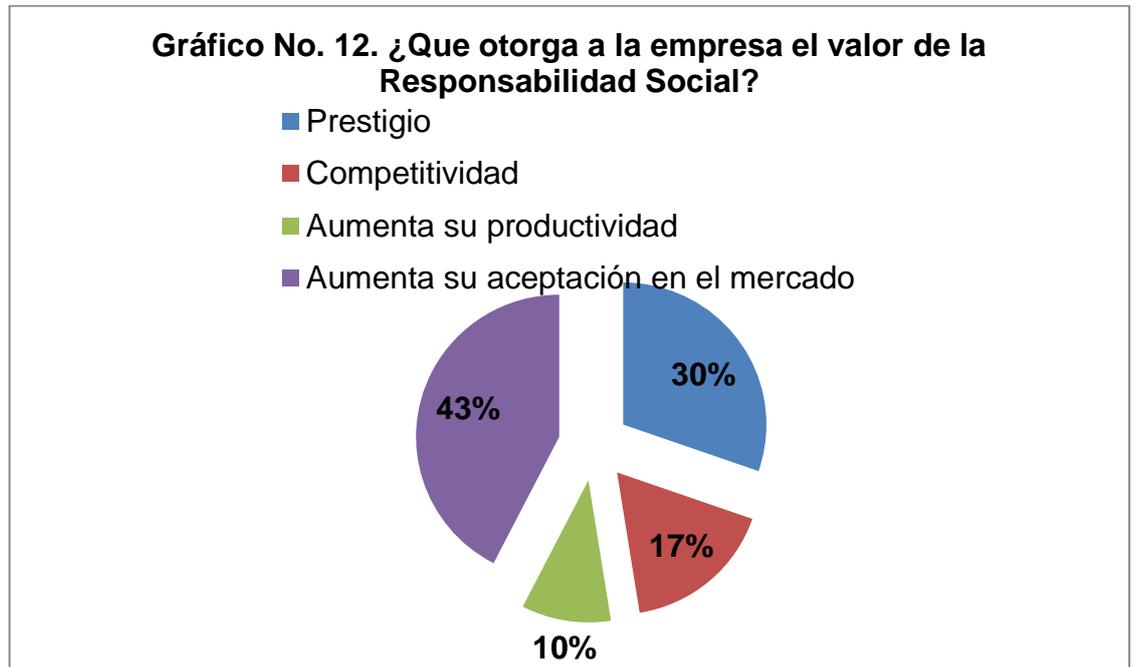
En el gráfico No. 11 se visualiza, con relación a la pregunta de que a la hora de implementar estrategias para la responsabilidad social; qué

beneficios recibe la empresa, un 43% de los encuestados contestó que mejor imagen y mayor credibilidad, el restante de los encuestados coincidieron con un 19% en los beneficios de más productividad, clientes más leales y ventaja competitiva.

La imagen de la empresa y la credibilidad de esta ante sus clientes y la comunidad. en la que la misma hace vida comercial, son de suma importancia para el desarrollo de la misma, por lo que la respuesta de los empleados donde consideran que estos son los beneficios que la empresa obtiene, indica que las estrategias de responsabilidad social están cumpliendo su objetivo.

Una empresa que realiza vida comercial en una comunidad donde su imagen y credibilidad tiene buena aceptación, tiene mayores probabilidades de ser más productiva y tener por lo tanto la lealtad de sus clientes, que son los otros beneficios, que según los encuestados obtiene la empresa Castillo Lora Soluciones Agrícolas S.R.L.

Lo que otorga a la empresa la RSC



Fuente: Elaboración propia. Cuevas (2021)

En el gráfico No. 12 se visualiza, al cuestionar acerca de que otorga a la empresa el valor de la Responsabilidad Social, de los encuestados un 43% coincidió en la respuesta de que aumenta su aceptación en el mercado, el 30% indicó que otorga prestigio, un 17% indicó que otorga competitividad y el 10% faltante indicó que aumenta su productividad.

El resultado a esta pregunta indica que la Responsabilidad Social de la empresa Castillo Lora Soluciones Agrícolas S.R.L, juega un rol de gran importancia en el desarrollo de la misma, considerando que la aceptación de la empresa en el mercado y el prestigio de la misma fueron los factores que ocuparon el 73% dentro de la valoración de sus colaboradores como beneficios que le otorga la responsabilidad social.

Para las empresas la Responsabilidad Social Corporativa es más que un adorno que se coloca en una sección de una página web y en especial para Castillo Lora Soluciones Agrícolas S.R.L, donde esta

forma parte de los factores claves que inciden en su crecimiento, desarrollo y clima laboral.

Anexo 4 - Carta de Autorización

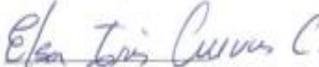


18 de enero 2021

SOLICITUD Y AUTORIZACIÓN EMPRESARIAL PARA REALIZACIÓN DE TRABAJO FINAL Y/O MONOGRAFICO

Yo, Elsa Iris Cuevas Cuevas, cédula 0010322774, matrícula de la Universidad APEC 2019-1341, estudiante de término del programa de Maestría en Gerencia y Productividad, cursando la asignatura de Trabajo final y/o Monográfico, solicita la autorización de Castillo Lora Soluciones Agrícolas, S.R.L., para realizar mi trabajo final sobre: **PROPUESTA DE GESTIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA PARA LA EMPRESA CASTILLO LORA SOLUCIONES AGRÍCOLAS, S.R.L. ENERO-ABRIL 2021** y acceder a las informaciones que precisare para este fin.

Este trabajo tiene por objetivo aportar en la mejora de la Gestión de Responsabilidad Social de la organización y a la vez culminar mis estudios de maestría en Gerencia y Productividad.


(Firma del estudiante)

Yo, Ramón Castillo L.
(Nombre de quien autoriza en la empresa)

Gerente General
(Cargo que ocupa)

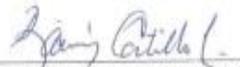
Cédula 001.0059900-0, autoriza a realizar el Trabajo final y/o Monográfico, arriba señalado y que el mismo podrá:

Utilizar el nombre de la empresa Utilizar un pseudónimo en caso necesario

Ser expuesto ante compañeros, profesores y personal de la Universidad APEC.

Ser incluido dentro del acervo de la Biblioteca de UNAPEC.

Aplicarlo en el área correspondiente dentro de la empresa si responde a las necesidades diagnosticadas.


(Firma de quien autoriza y sello de la empresa)



