



**Trabajo Final para optar por el título de Maestría en el Programa de:
Gerencia y Productividad**

Título:

“Implementación de un programa de Responsabilidad Social y Corporativa, en una institución descentralizada del Gobierno. Caso: CONIAF Santo Domingo, año 2016.”

Sustentante:

Arlennys E. Lizardo Vásquez

Matrícula:

2014-2055

Asesora:

María Sevilla Quintana, MBA.

Santo Domingo, D. N.

06 Diciembre 2016

RESUMEN

El trabajo de investigación, sobre el tema Responsabilidad Social Corporativa en una Institución descentralizada del gobierno, caso CONIAF, en la cual se realizó una investigación y recolección de información con el objetivo de proporcionar un proyecto el cual pueda ser utilizado por la organización. En la actualidad dicha institución se encuentra realizando un cambio de mejora continua, en cuanto a la RSC, por lo cual requiere la integración de los colaboradores. La realización del plan de Responsabilidad social corporativa para CONIAF, es un pacto que asume la institución para regenerar el vínculo con sus empleados y la comunidad. Para poder identificar cuáles eran las actividades claves en la implementación del programa, se procedió a efectuar una investigación descriptiva, en la cual se tomó una muestra de 9 colaboradores, dentro de una población de 30 empleados; se formularon cuestionarios y entrevistas como técnicas de investigación; a través de las cuales se pudo conocer la opinión y conocimiento de los empleados en cuanto al tema de Responsabilidad Social. Al adquirir la información recolectada se pudo desarrollar una propuesta de acuerdo a las necesidades y el perfil de la institución. Para la misma se pudo contar con la aprobación del Director de la institución y el apoyo del Departamento de Recursos Humanos. Por lo cual no existió ningún tipo de objeción al momento de recolectar la información. Con el desarrollo de la propuesta, se busca que CONIAF, pueda incursionar en unión con sus colaboradores y la comunidad en un programa de RSC.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN.....	ii
DEDICATORIAS.....	ix
AGRADECIMIENTOS.....	x
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	4
GENERALIDADES SOBRE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA	4
1.1. Definición.....	4
1.2. Antecedentes sobre Responsabilidad Social Corporativa	9
1.2.1. Origen y Evolución de la Responsabilidad Social Corporativa.	9
1.2.2. Incidencia de la Responsabilidad Social Corporativa en República Dominicana.....	11
1.2.3. La Responsabilidad Social Corporativa en el Sector Público.	14
1.3. Modelos de comportamiento de la Responsabilidad Social Corporativa.	17
1.4. La Responsabilidad Social, Como valor corporativo.	21
1.5. Incorporación de la RSC dentro de la estrategia empresarial.	24
1.6. Grupos de interés relacionados a la Responsabilidad Social Corporativa.	26
1.7. Clasificación y Tipos de Responsabilidad Social Corporativa.	29
1.7.1. Clasificación de la RSC.	29
1.7.2. Tipos de Responsabilidad Social Corporativa.	31
1.8. Alcances de la Responsabilidad Social Empresarial.	33

CAPÍTULO II	35
ANÁLISIS SOBRE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN EL CONSEJO NACIONAL DE INVESTIGACIONES AGROPECUARIAS Y FORESTALES (CONIAF) DURANTE EL PERIODO SEPTIEMBRE– DICIEMBRE 2016.....	35
2.1. Origen e Historia.....	35
2.2. Aspectos corporativos	37
2.3. Servicios que ofrece la Institución:	38
2.4. Estructura Organizacional de la Institución.....	39
2.5. Funciones:	40
2.6. Plan Estratégico	41
2.6.1. Los objetivos Estratégicos:	41
2.7. Situación Actual de CONIAF	42
2.8. Análisis de las Entrevistas Aplicadas	44
2.9. Análisis de cuestionarios Aplicados.....	47
CAPÍTULO III	59
IMPLEMENTACIÓN DEL PROGRAMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA.	59
3.1 Introducción a la Propuesta.....	59
3.2. Objetivos:.....	60
3.2.1. Objetivo General.....	60
3.2.2. Objetivos Específicos.	60
3.3. Propuesta del Programa de Responsabilidad Social Corporativa.	60
3.3.1 Desarrollo de la Propuesta.	60
3.3.2 Implementación de la Propuesta:	64

CONCLUSIONES	77
---------------------------	----

RECOMENDACIONES	79
------------------------------	----

BIBLIOGRAFÍA	82
---------------------------	----

ANEXOS

Anexo 1. Anteproyecto

Anexo 2. Autorización de CONIAF

Anexo 3. Imágenes

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1 Sexo	47
Cuadro 2 Edad	48
Cuadro 3 ¿Qué tiempo tiene laborando en la Institución?	49
Cuadro 4 ¿Tiene usted, conocimientos de Responsabilidad Social Corporativa?	50
Cuadro 5 ¿Le gustaría recibir Charlas o Talleres informativos de Responsabilidad Social Corporativa?	51
Cuadro 6 ¿Le gustaría que CONIAF, se involucre con la RSC?.....	52
Cuadro 7 En caso de decir si, ¿se atrevería usted a proponer alguna actividad, para que la institución se involucre con la RSC?	53
Cuadro 8 De las Sigüientes áreas. ¿En cuales le gustaría que CONIAF implementara la RSC?.....	54
Cuadro 9 ¿Considera usted que contar con un plan RSC puede impactar en la productividad de la empresa?	55
Cuadro 10 Si la Institución adopta un plan de RSC, ¿usted como colaborador se identificaría con este?	56
Cuadro 11 A su criterio. ¿Cuál es la razón por la cual CONIAF debe ser socialmente Responsable?.....	57

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Sexo	47
Gráfico 2 Edad	48
Gráfico 3 Tiempo tiene laborando en la Institución	49
Gráfico 4 Conocimientos de Responsabilidad Social Corporativa	50
Gráfico 5 Importancia de recibir Charlas o Talleres informativos de Responsabilidad Social Corporativa	51
Gráfico 6 Participación de Involucrados con la RSC	52
Gráfico 7 Se atrevería usted a proponer alguna actividad, para que la institución se involucre con la RSC.....	53
Gráfico 8 Áreas que le gustaría que CONIAF implementara de RSC?.....	54
Gráfico 9 Impacto dela Producción de la Institución	55
Gráfico 10 Se identificaría con con un plan de Responsabilidad Social Corporativa	56
Gráfico 11 Razón para ser socialmente Responsable	58

ÍNDICE DE IMAGEN

Imagen 1 Estructura Organizacional de la Institución; **Error! Marcador no definido.**

Imagen 2 Costo de las Actividades Etapa I..... 66

Imagen 3 Etapa I De Actividades del Programa de Responsabilidad Social Corporativa para CONIAF..... 67

Imagen 4 Etapa II De Actividades del Programa de Responsabilidad Social Corporativa para CONIAF..... 69

Imagen 5 Etapa III De Actividades del Programa de Responsabilidad Social Corporativa para CONIAF..... 72

Imagen 6 Etapa IV De Actividades del Programa de Responsabilidad Social Corporativa para CONIAF..... 75

Imagen 7 Cronograma del programa de Responsabilidad Social Corporativa 76

DEDICATORIAS

Este trabajo de tesis está dedicado en primer lugar a Dios, quien hizo posible el lograr esta meta, quien además es el guiador de mi vida.

A mi esposo, quien estuvo conmigo día tras día, apoyándome, quien durante esos días que no sentía las fuerzas para continuar fue mi sustento. Quien supo soportar mis cambios de humor cuando me sentía presionada, brindándome una palabra de aliento.

A mis padres quienes siempre me han sido de soporte y ayuda, quienes son el pilar más importante en mi vida.

A mis maestros y compañeros de clase, los cuales siempre estuvieron disponibles ante cualquier inquietud o duda.

A cada uno de mis familiares y amigos, quienes siempre han estado presente en cada etapa de mi vida laboral.

AGRADECIMIENTOS

La presente tesis, que con mucha dedicación y empeño logre finalizar quiero agradecerle a cada una de las personas que mencionare a continuación, ya que sin ellos no hubiera sido posible.

A Dios, por ser quien permite que las cosas lleguen en el momento preciso y oportuno.

A el Ministerio de Educación Superior Ciencia y Tecnología (MESCyT) gracias por la oportunidad de ser elegida para una beca y ser un soporte económico.

A mi Esposo, cuando tuve miedo y pensaba que no podía, siempre estuviste a mi lado, diciéndome “Tu Puedes” gracias por cada una de tus palabras de soporte.

A mis padres por su apoyo incondicional durante mi vida profesional, por ser ese motor de arranque y motivarme a superarme día tras día.

A cada uno de los maestros que durante estos dos años colaboraron en la adquisición de nuevos conocimientos.

A la Licenciada María Dolores Sevilla, por cada uno de sus consejos para la realización de este proyecto.

Un gran agradecimiento a la Institución CONIAF, quien desde el momento que solicite su colaboración para la realización de este trabajo de tesis, dijeron que si.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, uno de los temas que ha obtenido una gran relevancia en el mundo de los negocios y de la administración de empresas es la Responsabilidad Social Corporativa, la cual ha adquirido dicha importancia no solo por su participación en el Socialismo del Siglo XXI, asimismo ha generado un gran alcance y participación en la sociedad, a su vez esta presenta un grado de problemática al implantar su práctica.

Ejercer la Responsabilidad Social Corporativa, es una actuación voluntaria, por parte de un individuo o de las empresas, de igual modo el desasosiego social y del medio ambiente. Se puede establecer que una organización socialmente responsable, no es aquella que solo cumple con las leyes gubernamentales, sino que esta busca alcanzar un peldaño más, vigilando los intereses de sus colaboradores y el entorno donde desempeñan sus funciones empresariales.

Con el avance de los días los empresarios han tenido que realizar un cambio en su pensamiento, al ser intimados por la globalización. Es por consiguiente que el sector público en República Dominicana busca arduamente un espacio y un compromiso con la Responsabilidad Social Corporativa. Teniendo como objetivo adquirir una mayor productividad, fidelidad por parte de los colaboradores y consumidores y escalar otros horizontes.

La presente investigación engloba la implementación de un programa de Responsabilidad Social Corporativa, para una institución descentralizada del gobierno, dicha organización es El Consejo Nacional de Investigaciones Agropecuarias y Forestales CONIAF.

Debido al requerimiento que tiene en la actualidad el RSC, se toma como referencia a CONIAF, la cual patrocina a través de sus fondos actividades con el fortalecimiento e investigación Agropecuaria y Forestal. Aunque es una organización que tiene como actividad laborar la investigación, la misma no está involucrada con la Responsabilidad Social Corporativa.

En el sector público de nuestro país, son muy pocas las instituciones que se involucran con la RSC. Partiendo de la importancia que amerita la implementación de un programa en el cual se pueda involucrar a todo el sector público, se puede analizar que, a través de él se podría obtener beneficios directos que vayan acorde con las estrategias corporativas de la misma. El objetivo principal de esta propuesta es elaborar un Programa de Responsabilidad Social Corporativa, como un factor de cambio según la naturaleza de CONIAF.

Para la elaboración de esta propuesta, fue seleccionado un plan de estudio exploratorio, descriptivo y explicativo; con los cuales se pudo indagar sobre el tema seleccionado, reconocer si existieron casos similares, a su vez se aplicaron cuestionarios y entrevistas, con los cuales se pudo indagar sobre el conocimiento que poseen los empleados, conocer sus inquietudes y aportes.

Este trabajo consta de 3 capítulos. En el primero se desarrollan todas las generalidades de la Responsabilidad Social Corporativa, tales como sus dediciones, antecedentes, origen y evolución. La incidencia que ha tenido la RSC en República Dominicana, así como su importancia en el Sector Público. Cuáles son los modelos de comportamiento y cuál es el valor corporativo que tiene esta, así mismo la clasificación y tipos.

El capítulo dos fundamenta el análisis de la Responsabilidad Social Corporativa en CONIAF, durante el periodo Septiembre – Diciembre 2016. En el cual se detallan todas las generalidades de la institución y los

resultados obtenidos a través de los cuestionarios y entrevistas aplicadas a los colaboradores.

En el capítulo tres se detalla la implementación del Programa de Responsabilidad Social Corporativo, diseñado para CONIAF, en el cual se desarrolla una breve introducción a la propuesta, así como el objetivo general y específico. Luego de esto se desglosa detalladamente las actividades propuestas

CAPÍTULO I

GENERALIDADES SOBRE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

1.1. Definición

En la contemporaneidad hablar de Responsabilidad Social Corporativa, tiene dos enfoques diferentes; uno se utiliza para describir lo que está haciendo la institución en la actualidad, mientras que la otra es para ilustrar lo que debería estar haciendo. Se puede exponer que un enfoque es representativos y el otro sistemático.

En las décadas pasadas es cuando surge un debate sobre la RSC, los mismos fueron en el entorno empresarial y académico, ambos sectores describen la RSC como una actividad que se compromete con la sociedad en general, otra idea es que involucra la sostenibilidad, es decir que tiene una prevención sobre el ambiente.

En efecto el concepto, se le ha proporcionado un uso más amplio, debido que abarca diversas áreas como son: Los Derechos Humanos, Ámbito Laboral y aunque suene extraño, también es utilizado para la Corrupción.

El término de Responsabilidad Social Corporativa se ha logrado implementar en las grandes organizaciones involucradas en el sector económico, pero también tiene su auge en las empresas privadas y públicas. Cuando una Institución asume un criterio de voluntariedad, no quiere decir que esta

legalmente obligada hacer socialmente responsable, pero el entorno si ha sabido cómo distinguir cuando una organización se mezcla con las causas sociales y cuáles no lo hacen.

Las empresas se sienten atraídas por la RSC, porque entienden que esta acción puede aportar beneficios positivos a los objetivos estratégicos de la institución.

Diversas definiciones de la Responsabilidad Social Corporativa, exponen el concepto como incorporación voluntaria por parte de la empresa, el cual debe estar compuesto por las inquietudes sociales y medioambientales. Cuando una organización es socialmente responsable, crea una mezcla de obligaciones judiciales, así como también el deseo de ir más allá de su consumación e invertir en capital humano y el entorno.

A pesar de que hasta la actualidad el movimiento RSC ha compenetrado en algunas de las grandes empresas de nuestro país, esta es socialmente importante tanto para el sector privado y Público. El incremento que ha tenido el poner en funcionamiento esta actividad en las medianas y pequeñas empresas, es algo totalmente fundamental, debido que contribuye a la invención de nuevos puestos de trabajo al igual que a la economía.

El enfoque de RSC se originó en algunas empresas, y es entonces cuando la globalización permitió que se expandiera en los sectores privados y públicos, en cada una conciliando el nivel de impacto que esta pudiera impulsarse en la sociedad.

En una primera instancia el sector público no estaba motivado a ejecutar acciones que fomentase la RSC dentro de la institución, pero este sector se dio cuenta de la influencia que esta creaba dentro de la sociedad. Hoy en día

la RSC se desarrolla bajo un modelo de gestión en el cual se relacionan la ética pública y la transparencia.

Verdaderamente, la RSC ha demostrado que va más allá de una acción de marketing al igual que es un enfoque metodológico para cualquier empresa. A continuación, se presenta varias definiciones de RSC, de acuerdo al pensar de diferentes autores.

De acuerdo con la Unión Europea en la preparación del Libro Verde de la Responsabilidad Social Corporativa, establece que "Es la integración espontánea, por parte de las empresas, de las inquietudes sociales y ambientales en sus operaciones mercantiles y en el vínculo con sus interlocutores." (Canyelles, 2001, pág. 80).

Las instituciones son cada vez más sensatas al adquirir un comportamiento responsable el cual les estará generando éxitos duraderos. Otra definición por la Unión Europea en la elaboración del Libro Verde, (2001) establece que "las organizaciones deciden voluntariamente ayudar a la consecución de una mejor sociedad y un medio ambiente más puro." (Ibídem, pág. 81).

Con estas definiciones, se puede deducir que la Responsabilidad Social Corporativa se afianza como una política en la institución, en la cual se integran valores al igual que se fija un pacto con la sostenibilidad global.

Por otra parte Díez-Picazo (1995) escribió "La Responsabilidad, en general, describe tanto la obligación de demostrar la propia actuación en consideración a criterios o normas." (Caneda, 2004, pág. 32).

Castillo Clavero (1986) expuso que La Responsabilidad Social Corporativa sustenta, que la institución deberá tomar consciencia en cuanto a los efectos reales de las acciones sobre el entorno social, demostrando un patrón en el

comportamiento, esto será en las actividades con el valor más alto.(Ibídem, pág. 33).

Jones (1980) en su obra titulada, Responsabilidad social de las empresas define lo siguiente “La Responsabilidad Social Corporativa es la idea que mantienen las entidades o empresas, por las cuales poseen compromisos con diversos grupos de interés, no solo con los propietarios y asociados, si no más allá de lo que determinan los estatutos convenios establecidos.” (De la Cruz, 2012, p. 67)

Algunos autores plasman su pensar sobre la RSC, cada uno tiene un concepto diferente, pero todos se dirigen en la misma dirección. Cabe destacar que la RSC en términos generales es un modelo para llevar negociaciones a las organizaciones y a la vez trata de canalizar que los mismos sean rentables económicamente.

De acuerdo con un artículo titulado los Temas transversales Responsabilidad Corporativa, publicado por World Business Council for Sustainable Development (2004), se explica que “La RSC es el deber de las empresas y de poder colaborar con el desarrollo económico socialmente sostenible, donde en conjunto con sus empleados, familiares de estos, la comunidad local y la sociedad en general con la finalidad de mejorar la condición de vida de cada uno de estos.”(De la Cruz, 2012, p. 68)

La norma ISO 26000 (2010), puntualiza que “la Responsabilidad Social corporativa es la capacidad que asume una institución, en el cual incorpora responsabilidad, por lo que acontece en su entorno, al igual que el ambiente en que se desenvuelven. Este concepto adopta un comportamiento honesto y transparente en el cual se busca crear una conciencia entre los intereses de la sociedad y un desarrollo sostenible”.(González, 2011)

De la misma manera, la RSC es delimitada por Guédez (2006), como “la disposición de una persona o grupo que proporcionan solución a lo que realizan, así como el resultado de sus actos.”(González, 2011)

Algunos autores contemplan que el dar dinero para obras de caridad, no tiene que ver con las actividades de la institución. Mientras que otros opinan que el realizar actividades de beneficencia, si deben formar parte de la Responsabilidad Social Corporativa. Estos últimos entienden que este sería el principal paso para que una organización inicie un programa formal de RSC.

De acuerdo con Morrós & Vidal (2005, pp. 31-32) donde exponen que la RSC se adapta al entorno o actividad de la institución esto puede ser económico, cultural y legislativo a la vez este puede variar ampliamente. Por lo general la Responsabilidad Social Corporativa requiere soporte de Recursos Financieros y Recursos Humanos al igual que de Tiempo.

En el Congreso de Diputados de España, 2003, citado por Morrós & Vidal agregan otra definición, donde explican que, “Si bien la Responsabilidad Social Corporativa compete en primer lugar a las instituciones, esta se dispersa a todas las empresas que aportan un valor agregado a la sociedad, sin importar que estas sean privadas o públicas, con o sin ánimo de lucro”.

La RSC persigue ser el origen y desarrollo de las organizaciones y que además no se enfoquen en solo ser catalogadas por realizar obras sin fines de lucro, más bien se enfoquen en devolver a la sociedad las ganancias logradas, ya que la intención de las instituciones es el aumento de la rentabilidad y mantenerlo con el paso de los días.

Trujillo (2013, p. 23) Expone que Las empresas se están adaptado a la globalización, ocasionando que el Departamento de Finanzas esté

involucrado para la toma de decisiones, logrando como finalidad tener una mayor productividad, mayor rentabilidad, que los clientes y empleados se sientan identificados con la institución, al igual que obtener un mejor acceso al mercado, esto conlleva a que se pueda visualizar un beneficio social.

La Responsabilidad Social Corporativa es una condición de conducir a negocios por parte de la organización, también el de indagar y reconocer cuales son las dificultades de interés común por la cual puedan pronosticarse como una empresa socialmente responsable.

1.2. Antecedentes sobre Responsabilidad Social Corporativa

1.2.1. Origen y Evolución de la Responsabilidad Social Corporativa.

Los antecedentes de la Responsabilidad Social Corporativa tienen sus orígenes desde algunos siglos atrás. Las empresas comprendían que este movimiento era un lineamiento estratégico. Sin embargo en los últimos años la RSC, se ha integrado en las organizaciones a través de talleres, seminarios y diversas conferencias acerca de este tema.

Existen dos países, los cuales han sido dos grandes pilares en desarrollar y abarcar la temática de RSC. Estos son Estados Unidos con la alianza del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y Europa a través del Libro Verde. Ambos fomentan una nueva relación entre las empresas, la Sociedad y el Estado.

De acuerdo con Martínez (2014, págs. 13-14), en cuanto a la historia, los primeros inicios surgieron en Inglaterra a mitad del Siglo XVIII, donde emergió la Revolución Industrial. En ese entonces la población padeció de un

modo progresivo, diversos cambios sociales y económicos. Es cuando se creó una nueva sociedad la cual estaba dividida por capitalistas y obreros.

Debido a estos cambios tan fuertes, surgieron distintos líderes empresariales, los cuales actuaron libres para lograr cambiar la situación actual.

España fue otro país, que en la década del siglo XIX incursionó en la Responsabilidad Social Corporativa, promoviendo las cooperativas en el Sector Agropecuario y las cooperativas de adquisición.

En el siglo XX, los Estados Unidos de América, comienzo a emplear la expresión de Responsabilidad Social Corporativa.

Las actividades de RSC, que realizaban los empresarios de ese entonces, como fue el caso de Henry Ford, fueron acciones de filantropía. Este creó una influyente fundación caritativa, con la finalidad de adquirir una buena reputación y una agradable imagen ante la sociedad.

Siguiendo con las puntualizaciones de Martínez, más adelante en la década de los años 50, el empresario Howard R. Bowen, publicó en 1953 en su obra "Responsabilidades Sociales del Hombre de negocios ", en este libro plasmó las primeras explicaciones del término RSC.

En el periodo contenido entre los años 60 y 70, es cuando la sociedad dio indicio de interesarse y preocuparse por las acciones tomadas por las organizaciones de su alrededor, por lo cual comenzaron a solicitar una mayor inspección y verificación de las actividades realizadas.

Continuando con Martínez (2014, p. 15) Posteriormente después de algunos escándalos sociales, medioambientales y económicos, los habitantes entendían que consumiendo algunos productos estarían ayudando a las

empresas para colaborar en actividades de buenas prácticas, pero en un momento determinado se generó una total desconfianza. Los empresarios para amenguar esta situación, optaron por facilitar información que los ciudadanos requerían.

Luego de estos altercados, emergió el Balance Social, este era una documentación, en la cual las instituciones facilitaban información sobre todas las actividades en las que se encontraban involucradas, dicho documento estaba dividida en secciones según la estructura de la empresa.

En la década de los 90 la inclinación por la Responsabilidad Social Corporativa, continuó en un notorio ascenso. Por lo que muchas empresas continuaron incorporando la RSC en su modelo de gestión.

1.2.2. Incidencia de la Responsabilidad Social Corporativa en República Dominicana.

En República Dominicana, la Responsabilidad Social Corporativa es catalogada por diversas empresas a nivel nacional. Algunas de estas empresas si ejecutan un plan de acción de beneficio para la sociedad; mientras que otras no se encuentran involucradas en un cien por ciento. La mayoría de las empresas Dominicanas tiene discernimiento sobre el tema.

De acuerdo a una investigación realizada en el 2006 por la Alianza ONG, el cual establece que "tomaron una muestra de 71 empresas a nivel nacional los resultados arrojaron que el 25% de estas tienen un elevado grado de aceptación sobre la RSE, mientras que el 28% avanza en ese sentido,

estos resultados indican que las empresas dominicanas desean mejorar sus prácticas y participaciones sociales”. (Germosen, 2013)

En el mismo sentido, el estudio apunto que “el 38% de las empresas que practican la Responsabilidad Social Corporativa, como una estrategia institucional, utilizan los servicios o instrucciones de una persona quien coordina las actividades sociales, mientras que un 35% involucra a todo el personal en el diseño y toma de decisiones.”

Otro artículo publicado por el periódico el Listín Diario, donde sustenta que la gerente de Responsabilidad Social Empresarial de la Cámara Americana de Comercio en República Dominicana la Licda. Liliana Cruz, expuso que “ la Responsabilidad Social Corporativa debe ser vista como una parte integral dentro de las empresas, el cual fortalecerá el bienestar a las comunidades y por ende al país.”(Sierra, 2016).

La RSC, en República Dominicana requiere la incorporación de todos los sectores en que se desarrollan las empresas locales, a la vez estas deben de servir de resorte y apoyo para el crecimiento de los grupos sociales, la comunidad y a los ciudadanos amparándose en los valores éticos y morales. De igual modo las partes involucradas puedan estar beneficiadas.

De acuerdo con Germosen (2013) en artículo publicado en su Blogs donde informa que, En la actualidad existen diversas empresas dominicanas las cuales no están acatando dentro de sus estrategias las políticas de RSC, y es por ello que no han podido aprovechar las facilidades de de accesos a financiamientos y exenciones de impuestos.

Algunas de las empresas dominicanas que en la actualidad están implementando la Responsabilidad Social Corporativa y a la vez brindas sus servicios y beneficios a la sociedad dominicana son las siguientes:

❖ AES Dominicana:

Trabajan en una asistencia constante con las comunidades, las juntas de vecinos, las iglesias y escuelas todo esto con la finalidad de promover actividades educativas y culturales.

❖ Fundación Falcondo:

Mediante esta fundación la Falconbridge Dominicana fomenta su responsabilidad social Monseñor Nouel y la Vega. Sus aportes son directamente a la educación

❖ Refrescos Nacionales C. por A.:

Con el patrocinio de Coca Cola Internacional, tiene el proyecto de Limpieza de Playas y costas.

❖ Cemex:

Colabora con el medio ambiente, la comunidad y la educación aportando unos RD\$15 millones anuales.

❖ Cámara Americana:

Tienen el proyecto de educación, el cual consiste en mejorar la calidad en la educación de República Dominicana

❖ Fundación Brugal:

A través del premio Brugal cree en su gente reconoce las instituciones que promueven actividades filantrópicas en todo el país.

❖ Grupo Rica:

Su fundación se enfoca en promover salud, a través de charlas, fomentar la unión familiar, entre otras actividades.

❖ Grupo Ramos:

Para ellos la RSC se encuentra integrada en sus valores. Con el Proyecto, Ayudemos el Mañana su aportes también son a la educación.

❖ Grupo Ámbar:

La Fundación Ámbar colabora y patrocina actividades escolares, a la vez motivan a sus empleados en el programa Ambiente Ámbar.

❖ AFP Siembra:

Promueven la siembra y el cuidado de los arboles, realizan actividades donde involucran al personal.

"En este sentido se enaltece las actividades que vienen ejecutando las empresas dominicanas, debido que a través de estas se hace más evidente el desarrollo empresarial, es decir que estas se encuentran capacitadas para generar nuevos empleos, pero lo más importante es que se involucren y brinden ayuda a través de su labor social."(Bernal, 2012)

1.2.3. La Responsabilidad Social Corporativa en el Sector Público.

El sector Gubernamental o Público en República Dominicana, en los últimos años ha tomado el interés por incursionar y adoptar un modelo de

Responsabilidad Social Corporativa, en el cual los ciudadanos y los empleados públicos puedan sentir un respaldo humanitario.

“El Estado dominicano, examino la importancia de fortalecer la sociedad civil y asumir un papel de cooperar en la participación ciudadana, a la vez, favorece la implementación de proyectos de interés públicos y de beneficio para buena parte de la sociedad.” (Gaete, 2012)

La vinculación del sector público con la Responsabilidad Social Corporativa, nace a partir de una perspectiva visionaria de las instituciones; es importante resaltar que el sector Gubernamental, por su naturaleza siempre se encuentra vinculada con la ciudadanía. Por lo cual su objetivo principal es mejorar el desempeño e incrementar la transparencia, y el cometido de las Administraciones Públicas.

De acuerdo a un reportaje publicado por el Periódico Hoy, donde se informa que “Aunque a simple vista la responsabilidad social es solo una herramienta de mercadeo, lo real es que ésta permite que las instituciones se conviertan en portadoras de la misión del Estado Social Dominicano, a la vez son difusoras de los valores de la justicia social, la participación, el desarrollo sostenible y la solidaridad.”(Jorge, 2013)

El gobierno Dominicano tiene el cometido de generar una plaza de competencia y un marco institucional que estipule las oportunidades e incentivos con la finalidad que las instituciones inviertan y puedan generar nuevos puestos de empleo.

Hace unos pocos años la idea de responsabilidad social del sector público se hacía extraña y recibía respuestas de indiferencia. Es por esto que el gobierno ha entendido que las instituciones públicas ya son de dominio público, y que son valoradas y catalogadas por su reputación.

Algunas de las instituciones del sector público que se pueden destacar son las siguientes, la cuales son socialmente responsables.

- Ministerio de Agricultura:
- Ministerio de Cultura
- Ministerio de Deportes y Recreación
- Ministerio de Educación
- Ministerio de Educación Superior Ciencia y Tecnología
- Ministerio de la Juventud
- Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales

“Estas instituciones a través de sus programas, realizan actividades de beneficencia social, cada una de acuerdo a la actividad que realizan.” (Dominicana.gob.do, 2015)

Ciertamente es ascendente la oferta de programas sociales del sector público, pero los ciudadanos siempre esta vigilante, debido que algunas obras de beneficencia pueden ser utilizadas para adquirir votos electorales. Cada vez es más considerable la conciencia de la población, en cuanto a estos actos.

De acuerdo con un artículo publicado por la Revista (Mercado Media Network, 2016) donde sustentan que en República Dominicana es relevante para el 81,9% de la población que un servicio se ocupe de invertir en la sociedad y ello le motiva a usarlo, incluso, más aun, al 82.3% le motiva a comprarlo.

1.3. Modelos de comportamiento de la Responsabilidad Social Corporativa.

De acuerdo con Delgado (2012, p. 27) el Comité para el Desarrollo Económico, consideraba que la función social de las instituciones es moralmente imprescindible por lo cual ellos recomendaron adoptar una función en la sociedad desde un panorama más humana. Es por ello que en el año 1971 el (CDE) estableció los modelos de comportamiento sobre la Responsabilidad Social Corporativa.

A continuación se detallan dichos modelos:

- ✓ Responsabilidad Económica:

La empresa es una entidad económica y tiene el deber y la responsabilidad de producir bienes y servicios, los cuales puedan ser vendidos y adquirir un beneficio.

- ✓ Responsabilidad Legal:

La empresa deberá realizar sus funciones económicas dentro del ámbito legal, puntualizado por las leyes y regularizaciones.

- ✓ Responsabilidad Ética:

La organización, siempre deberá tener una conducta aceptada por la sociedad.

- ✓ Responsabilidad Filantrópica:

La empresa, deberá tener una actuación voluntaria, sin recibir nada a cambio. Este no está estipulado por la ley, pero si por el sentido ético.

“Existen otros modelos de comportamiento, pero estos se enfocan mas a la empresa, dichos modelos son conocidos por los resultados que la organización espera recibir, es decir la reputación, beneficios e ingresos. Cuando una organización implementa dentro de su sistema dichos modelos, es con la finalidad que sus miembros, empleados y colaboradores se sientan identificados con la misma. ” (Sebastián, 2007, pp. 14-18)

Para describir estos modelos es necesario primero definir que es una empresa, según Pérez (2014), explica que una Organización es un grupo de individuos que combinan sus acciones para alcanzar los objetivos, que a todos les interesan, aunque estos interés en algún momento pudieran ser, muy diferentes.

El mismo autor expone que una organización es el almacenamiento de diversos objetivos, los cuales solo podrán ser alcanzados mediante las actuaciones e integración de sus miembros. Además estos actos son los que argumentan la presencia de la organización ante la sociedad.

Existen algunos modelos de empresas que buscan a través de la Responsabilidad Social Corporativa obtener una reputación favorable ante la sociedad, existen dos clasificaciones que sustenta lo antes expuesto estos son: Modelos Mecanicistas, Modelos Psicosociológico y Modelos Antropológicos.

✓ Modelos Mecanicistas:

Este tiene como proceso el desarrollo de una serie de movimientos, cambios y acciones; adopta una posición empírica, al igual que ordenan sus prioridades de acuerdo a sus funciones, todas estas prioridades se evalúan con un único método, con una lista de satisfacción y utilidad, que acepta todo

tipo de reciprocidad de tal manera que lo que afecta a la empresa o al empleado, pueda ser valorada con una sola medición.

Este modelo es llamado Mecanicista, porque, los protagonistas son personas y sus acciones provocan que actúen como maquinas; esto también ocurre con la organización. El objetivo de este modelo es maximizar la eficiencia en los procesos y a la vez lograr obtener una mayor aprobación en los bienes y servicios.

✓ Modelos Psicosociológico:

En este modelo la organización, puede tener control sobre sí misma, los colaboradores pueden sentirse complacidos por las tareas realizadas o por los frutos logrados ante la sociedad. Los subordinados pueden sentir el regocijo al colaborar para una empresa que es reconocida ante la sociedad por las labores realizadas.

La finalidad de la organización es el de perseguir y obtener los objetivos económicos, a la vez debe continuar manteniendo la eficiencia en cuanto a costes e ingresos y a si suministrar a sus colaboradores los incentivos necesarios. Esto implica que la institución deberá mantener la motivación en los colaboradores, para que estos se sientan respaldados por la organización.

Es por esta razón que los Modelos Psicosociológico establecen una función específica y es el de destacar los procesos de asignación, participación y negociación tanto de la institución como de la comunidad.

✓ Modelos Antropológicos:

Estos modelos se basan en suposiciones de la conducta, son dinámicos y a la vez exponen las decisiones que se alteran en función de los aprendizajes

no solo en la parte operativa, sino que de igual modo en la capacidad y conocimiento.

Se supone que los subordinados están prestos a sacrificar el rendimiento, para crear nuevas condiciones que permitan mejorar la toma de las decisiones a corto plazo, esto permite que los colaboradores puedan percibir un cambio en el desarrollo de los objetivos trazados en la empresa.

A raíz de estos tres modelos, surge una interrogante ¿Qué es la Responsabilidad Social Corporativa de una Empresa? De acuerdo con el autor citado, estos tres modelos son alternativos, es decir cada uno agrega un factor importante a la organización.

El cimiento de la RSC debe ser semejante al de la responsabilidad personal, ya que esta es la que determina las reglas y funcionamiento dentro de la organización. La responsabilidad social corporativa también forma parte integral de la responsabilidad personal es institucional de una empresa, los cuales deben ser tomados en consideración por los directivos ya que estos son los que coordinan las acciones tomadas.

La RSC tal cual como se interpreta en el modelo antropológico, es un compromiso ético, en este modelo suele ser comprendida de acuerdo a las perspectivas y demandas sociales, correspondiente al modelo psicosociológico, de igual modo puede ser aplicado en el modelo mecanicista, esto sería posible para maximizar el rendimiento. Estos modelos permiten que la RSC sea catalogada naturalmente ética, es decir las empresas deben ser voluntarias.

1.4. La Responsabilidad Social, Como valor corporativo.

De acuerdo con Faccini, (2013) escribió: “El Valor Corporativo puede ser definido como los elementos relacionados a cada organización, estos van acorde con la cultura organizacional, es decir las particularidades competitivas, limitaciones del entorno, las perspectivas de los grupos de interés.” (Ceballos, 2014),

La Responsabilidad Social Corporativa encierra cual es la intención de la organización para actuar de acuerdo a las normas legales y éticas, así como los valores morales más elevados, los cuales distinguen un vinculo entre la comunidad, los empleados y la empresa.

Tomando como referencia al mismo auto podemos destacar que las organizaciones que buscan implementar la RSC como un valor corporativo de igual modo deberán primero practicar los siguientes: Integridad, Respeto, Oportunidad y Responsabilidad.

Ceballos (2014), explica que los Valores Corporativos conforman una Pirámide entre los colaboradores, el Cliente y la Empresa estos se desglosan acorde al sector:

❖ Colaborador:

- Compromiso
- Integridad
- Talento
- Pasión

- ❖ Clientes o Consumidores:
 - Colaboración
 - Responsabilidad
 - Fidelidad
- ❖ Empresa:
 - Responsabilidad Social
 - Innovación
 - Equidad en las oportunidades

En la actualidad las empresas pueden tomar diversas herramientas para poder lograr una gestión favorable en cuanto a la implementación de la Responsabilidad Social.

“Una de las herramientas más utilizadas es la Dirección Estratégica, a través de ella se puede desarrollar diversas gestiones de innovación dentro de cualquier organización. Con esta herramienta las empresas podrán fomentar una RS basándose en el pensamiento estratégico (Misión, Visión y Objetivos) y fomentar diversos programas adecuados para satisfacer los requerimientos por la sociedad.”(Momborg, 2007, pp. 65-71)

Las empresas deben de trabajar con una transparencia, en la cual los usuarios y colaboradores puedan percibir una buena reputación por parte de los administradores, de igual modo deben esforzarse en proporcionar información relativa al impacto social, económico y medioambiental por el cual se están rigiendo.

Toda empresa que asume dentro de su administración los parámetros de Responsabilidad Social Corporativa, puede estimar el grado de impacto en la toma de decisiones en cuanto a su entorno y a la sociedad. En este mismo

tenor la RSC se desarrolla en la organización por un estímulo a una mejora como institución y ser parte de una corporativa.

Por lo tanto las organizaciones deben fortalecer sus procesos y su presencia al mercado, trabajando en el posicionamiento e imagen de una empresa socialmente responsable, así podrán alcanzar una adecuada valoración. Por lo que una de las primeras tareas que deben tener en consideración es el de dar a conocer ante sus clientes y consumidores cuales son las medidas tomadas para que estos sientan identificados al consumir sus productos o servicios.

Las organizaciones adoptan el valor corporativo al momento en que deciden convertirse en una empresa socialmente responsable. La conciencia de una institución es renovada cuando sus servicios y productos dan un giro total para nutrir su entorno. Esto implica que no solo deben ocuparse del crecimiento económico, sino que también deben preocuparse por el bienestar de su comunidad.

Una empresa asume compromiso no solo con los inversionistas, sino que también debe comprometerse con los grupos de interés, en esto se sustenta el valor corporativo de la organización. La RSC no busca que las empresas cambien su tipo de actividad para adquirir bienes y servicios, sino que puedan realizarlo con una actitud más responsable y transparente.

Las empresas que son socialmente responsables utilizan su entorno como una oportunidad de mejora, como un potencial para dirigir un desarrollo totalmente sostenible.

Galuppo, (2001, pp. 91-92) explica que la competitividad es una ventaja corporativa y sostenible, y que la misión de una organización que es responsable es la innovación en un bienestar sustentable para su entorno.

1.5. Incorporación de la RSC dentro de la estrategia empresarial.

Momberg, (2007) sustenta que la implementación de un cambio, se ha extendido gradualmente en las organizaciones como una consecuencia de las diferentes influencias que perciben de su entorno social, así como de la moralidad institucional. Dicha implementación debe ser escalada en el ámbito operativo como una estrategia y como un productor de ventajas competitivas (p. 14)

A la vez afirma que las empresas que sepan cómo integrar apropiadamente la Responsabilidad Social Corporativa, dentro de sus estrategias, podrán tener grandes probabilidades de adquirir diversas ventajas competitivas que les permitan obtener un mejor pronunciamiento estratégico.

Es por tal razón que los administradores pueden analizar el de incorporar la Responsabilidad Social Corporativa como una estrategia empresarial, ya que es un elemento clave para el logro de grandes éxitos y una mejor aceptación ante la sociedad.

“RSC, debería ser una función permanente de las organizaciones, dichas funciones deben formar parte integral de su misión, visión y objetivo. Cuando las actividades son planificadas dentro de un margen organizativo de la empresa, podrán realizar una planificación ejecución y un control del programa de Responsabilidad Social Corporativa.” (Cea, 2010, p. 53)

Un factor importante para el buen desempeño de una organización al momento de implementar la RSC, es la capacidad que esta, tenga para estructurar sus actividades las cuales puedan proveer diversas estrategias,

ya la vez pueda explicar cómo estaba la empresa antes de este y como se encuentra en la actualidad.

Ante la demanda del mercado la RSC se ha convertido en una estrategia vinculada con la competitividad. Otro factor que influye es la exigencia de los usuarios y es por tal razón que las organizaciones sienten la necesidad de crear acciones alineadas al logro de una competitividad consiente.

El mismo autor expone que la Responsabilidad Social Corporativa, como estrategia Social, determina la postura de la empresa, para poder lograr los objetivos planteados a corto y largo plazo.

Por todo lo antes mencionado es que las empresas están asumiendo acciones, con las cuales puedan obtener un reconocimiento público. Gonzales, (2006) señala que: “Las Organizaciones deben recurrir a la implementación de Estrategias o desarrollar programas dirigidos a la sociedad, con la finalidad que esta pueda recompensarla de alguna forma.” (Cea, 2010, p. 54)

En la actualidad las empresas se están impulsando con la finalidad de crear modelos gerenciales y que estos puedan implementar diversos cambios dentro de sus estrategias corporativas, en vista que las exigencias de la sociedad cada día son más elevados.

Ansoff (1983), “articuló la exigencia de las empresas por perfeccionar sus estrategias. Estas arrojaron como resultado la evaluación ambiental y las demandas sociales, cuando una organización utiliza estos puntos como estrategia, sus objetivos institucionales toman un valor más positivo.” (Toro, 2006, p. 7)

1.6. Grupos de interés relacionados a la Responsabilidad Social Corporativa.

De acuerdo con Freeman (1984), donde define los grupos de interés como: “Persona con interés o incumbencia en algo” otra definición es “Todo grupo o individuo que puede perjudicar el logro de los objetivos de una organización.” (Uroz Carreño, Plaza Úbeda, & De Burgos Jimenez, 2010, pp. 40-41)

Kipley & Lewis, (2008), explican que la identificación de los grupos de interés, se ha transformado en una labor cada vez más considerable. Esto es debido a la correspondencia externa de los acontecimientos dentro de una organización. Los mismos son impulsados por el empuje recibido a través de la tecnología, el medio ambiente y la globalización.

“Estos están divididos en dos grupos Internos el cual cuenta con dos grupos que son los Accionistas o Propietarios y Empleados, el segundo es el Externos en el cual se destacan los clientes, proveedores, agentes sociales, competidores, comunidad local, administraciones públicas, y el medio ambiente.” (Momborg, 2007, p. 31)

❖ Grupo de Interés Internos:

- **Accionistas/Propietarios:**

Estos tienen participación de la organización, además tienen poseen el control total.

- **Empleados:**

Estos son los que realizan el trabajo dentro de la organización, los empleados entran a entidad a través de un contrato laboral, o profesional. Reciben una remuneración por los servicios realizados.

❖ Grupo de Interés Externos:

- Clientes:

Son los usuarios o consumidores de los servicios o productos. En ellos es que se centra el rendimiento de la organización.

- Proveedores:

Estos son los que proporcionan la materia prima, para la confección de los productos y servicios ofrecidos. Los proveedores no son empleados directos de la organización.

- Competidores:

Son las diferentes empresas que se encuentran en el mismo sector o que ofrecen productos y servicios iguales. Estos pueden tener una alianza de competidores.

- Agentes Sociales:

Estos no son más que un grupo de interés de dominio público, a la vez tiene la potestad de influir de una forma directa en la administración de la organización.

- Administraciones Públicas:

Estos tienen toda la potestad o el derecho de organizar el marco jurídico en el cual la empresa deberá desenvolver las actividades que realiza.

- Comunidad local:

Este es el conjunto de organismos tanto privada como publica del ambiente local de la institución. En estos se destacan las juntas de vecinos, la iglesia, partidos políticos y fundaciones.

- Medio Ambiente:

Este es uno de los más importantes ya que de él deriva todo lo relacionado con el entorno es decir, el agua, el aire, la flora y la fauna, los recursos que nos son renovables. De igual modo también se relaciona con el medio ambiente el patrimonio cultural.

De acuerdo con el autor ya mencionado donde este señala “la importancia de los grupos de interés, y a la vez expone que los objetivos de la Responsabilidad Social Corporativa estarán siempre vinculados de una manera directa en estos grupos de una manera directa.”(Momborg, 2007, pp. 31 - 32)

Kipley & Lewis, (2008) explica que “las organizaciones deben discernir la influencia que emiten los grupos de interés dentro de la institución. En cierto sentido estos también desprenden un análisis de cómo las empresas pudieran identificar los problemas o complejidades que pudieran afectar el desarrollo de los objetivos para la implementación de la RSC en la organización.”(Uroz Carreño, Plaza Úbeda, & De Burgos Jimenez, 2010, p. 43)

El desarrollo estratégico que hace un énfasis en los grupos de interés, es un prototipo de la dirección estratégica de la organización, la cual es utilizada para poder estudiar la presunción de los referidos grupos en la obtención de los propósitos planteados, así como el riesgo que implica el no alcanzar estos. Dicho proceso parte de la misión, visión y los objetivos de la institución.

En pocas palabras los grupos de interés condicionan la sostenibilidad y el resultado esperado por la organización, sin importar cual sea el entorno global o si se encuentra en algún cambio.

Toda organización que tiene como visión ser socialmente responsable deberá siempre buscar un apoyo en los grupos de interés, ya que estos tienen la función de identificar, comprender y proporcionar una respuesta en cuanto a las preocupaciones del entorno, y así poder elaborar una estrategia congruente que ayude a la institución.

Para implementar una política de Responsabilidad Social Corporativa, la organización debe identificar cuáles son los grupos de interés a los cuales tienen que aliarse.

1.7. Clasificación y Tipos de Responsabilidad Social Corporativa.

1.7.1. Clasificación de la RSC.

“La Responsabilidad Social Corporativa se sustenta de tres categorías estas son: Primarias, Secundaria y Terciaria, a través de ellas se puede visualizar un mejor panorama desde el punto de vista corporativo.”(Fernández, 2009, p. 32)

❖ Responsabilidades Primarias:

Estas están relacionadas a las actividades particulares de la empresa, pero no proporcionan una respuesta adecuada a lo que es la esencia de la empresa. A pesar de esto la responsabilidad primaria, sería el primer paso para elaborar las estrategias de una empresa sostenible, esta busca involucrar a los colaboradores, en el trabajo corporativo es decir que puedan sentirse empoderados al momento de identificar los problemas que afectan su entorno.

Dentro de las responsabilidades primarias que la organización pudiera desarrollar para lograr sus actividades específicas se encuentran las siguientes.

- ✓ Ayudar a la comunidad, con artículos o con una manufactura de buena calidad y en buenas condiciones.
- ✓ Establecer riquezas de una forma transparente.
- ✓ Respetar los derechos humanos, sin hacer ningún tipo de discriminación.
- ✓ Honrar el medio ambiente.
- ✓ Respetar las leyes, normas, reglamentos y costumbres.

❖ Responsabilidades Secundarias:

Estas consisten en renovar las secuelas de los resultados dejados al implementar esta misma actividad. Estos dependerán del tipo de grupos sociales que la organización utilice como aliados.

En esta, la institución asocia a los colaboradores y a la comunidad. En esta parte la empresa deberá proporcionar un trabajo digno, seguro y creativo a sus subalternos, en cuanto a la comunidad deberá brindar toda la información que estos soliciten.

Las responsabilidades secundarias consideran aplicar los siguientes aspectos en favor del empleado:

- ✓ Brindar calidad de vida laboral.
- ✓ Proporcionar estabilidad
- ✓ Suministrar protección sanitaria
- ✓ Presentar informes transparentes

❖ Responsabilidades Terciarias:

En esta, se entiende que la organización ya está encaminada y que podrá enriquecer y mejorar la apariencia de su entorno social, es decir que sin importar la actividad a que se dedica la institución deberá proporcionar su apoyo a las labores sociales.

Las responsabilidades terciarias deberán aplicar las siguientes mejoras a la comunidad o a su entorno.

- ✓ Contribuir a la mejora continua del entorno.
- ✓ Colaborar con la educación.
- ✓ Difundir buenos valores
- ✓ Gestionar actividades socioculturales
- ✓ Patrocinar actividades.
- ✓ Realizar ayudas benéficas.

1.7.2. Tipos de Responsabilidad Social Corporativa.

De acuerdo con el artículo publicado con el título “Lo que Todo Empresario debe Saber” el cual sustenta que existen “tres tipos de Responsabilidad Social Corporativa las cuales son: Gubernamental, Ambiental, Personal o individual.”(Materán, 2011)

❖ Responsabilidad Social Gubernamental:

Esta es definida como la capacidad de solución que tienen las organizaciones, frente a las consecuencias o acciones sobre las diferentes

comunidades relacionadas a su entorno. Por su naturaleza se entiende que es socialmente responsable.

Esta se cataloga por las decisiones estratégicas que deberá tomar, para poder regenerar la condición de vida de la población, la salud, el bienestar y el medio ambiente, y así poder contribuir a un desarrollo totalmente sustentable.

❖ Responsabilidad Social Ambiental:

Esta es definida como la amplitud en cuanto a las respuestas que se toman ante los efectos o consecuencias realizadas al medio ambiente. Es decir que esta implica un compromiso adquirido por las empresas para cuidar y preservar el cuidado de su entorno.

Los problemas que afectan a la comunidad y sus soluciones solo dependerán de las acciones tomadas por la organización, en estos es necesario implicar a los colaboradores, los gerentes, socios, al igual que el Estado.

❖ Responsabilidad Social Personal o Individual:

Esta es una responsabilidad que debe asumir cada individuo, el cual deberá tomar un compromiso socialmente, tomar conciencia y colaborar con el desarrollo de su comunidad. El cual deberá hacerle un frente a las acciones negativas y positivas que puedan influir de un modo negativo o positivo.

Es importante que las organizaciones implementen políticas internas de RSC, con las cuales el colaborador pueda adsorber una cultura, valores y respeto por la sociedad. De ser así estos asumirán un compromiso y podrán proyectar lo aprendido a otros y dar ejemplo en su comunidad y hogares.

El no aplicar una cultura de Responsabilidad Social Corporativa implica un desgaste dentro de la organización. Es por esto que los expertos

recomiendan que se realice un plan en el cual todos puedan velar por un mejor cumplimiento de la RSC, para la contribución de una mejor sociedad.

1.8. Alcances de la Responsabilidad Social Empresarial.

“Cuando una organización, promueve la realización de un programa de RSC, debe tener presente que el colaborador no es un actor pasivo, sino que este es quien realiza los aportes, por tal razón la empresa está en la obligación de rendir cuenta; incluso es propicio que la empresa involucre a su personal al momento de tomar decisiones relacionadas a este programa”.(Rodríguez, 2005, p. 34)

De acuerdo con Momberg (2007, pp 39-41), donde este explica que: en el ambiente donde aparece la Responsabilidad Social Corporativa, como una causa de equilibrio dentro de la empresa, se pueden establecer los siguientes alcances como una concepción de las actividades empresariales.

- ✓ Alcance Social y de Desarrollo:

Desde esta posición, la Responsabilidad Social Corporativa, se concentra en las actividades que realizan en la organización, con la finalidad de colaborar a la comunidad.

- ✓ Alcance solidario e Igualitario:

En este principio la empresa se conoce como un sistema, en el cual se destacan las oportunidades, la contribución y la afinidad con el personal. En dicho programa es que se conocen cuales son los derechos y deberes entre la empresa y la comunidad.

✓ Alcance de Autorreferencial:

En este punto solo se considera el interior de la organización, es decir el vínculo que se crea entre los accionistas, los colaboradores y los clientes; sin que existan otro tipo de responsabilidades hacia la sociedad, solo enfocándose en el mercado y pronosticando la empresa como productora de ganancias.

✓ Alcance Ético Sistémico:

En este principio se examina la visión de la organización hacia la sociedad donde se resalta su responsabilidad con los grupos de interés de un modo continuo. De este parte un carácter sistematizado, en el que se consideran acciones socialmente responsable.

✓ Alcance Ético y de Valores:

En se realiza un resumen de los principios anteriores, en el cual la Responsabilidad Social Corporativa es considerada como un reflejo de la institución y de los colaboradores; a la vez se destacan los valores de la empresa y se trata de proclamarlo en todos los departamentos.

Cuando una empresa se centra en difundir sus valores, se fomenta una ética corporativa, la cual afirma cual es el proceso para la toma de decisiones dentro de la organización.

CAPÍTULO II

ANÁLISIS SOBRE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN EL CONSEJO NACIONAL DE INVESTIGACIONES AGROPECUARIAS Y FORESTALES (CONIAF) DURANTE EL PERIODO SEPTIEMBRE–DICIEMBRE 2016.

De acuerdo al Portal de la Institución (Coniaf, 2016) explicamos a continuación información relativa de la misma.

2.1. Origen e Historia.

A principio de la década de los años 80, la economía en República Dominicana, estaba basada en las actividades agropecuarias, es entonces cuando el gobierno visualizo esta situación como un factor positivo, por lo cual surgió la necesidad de aumentar la producción en este sector, con la finalidad que el país pudiera encaminarse en un gran desarrollo.

Para lograr el propósito de un mejor desarrollo económico, se estableció el Instituto Dominicano de Investigaciones Agropecuarias (IDIA), creado bajo la Ley Núm. 289 en el año 1985, dicho organismo tenía como objetivo organizar, dirigir y ejecutar las normas y políticas, en cuanto a la investigación científico-tecnológica de todo el país en el sector agropecuario.

No obstante, a la creación de este organismo el país necesitaba algo más, requería de un Sistema de Exploración que combinara los esfuerzos tanto privados y públicos, que a la vez tuviera la facultad de contar con un sector agropecuario y forestal competente frente a la existencia de la globalización. Es por tal motivo que el año 2000, mediante el decreto Núm. 687-00 se creó el Consejo Nacional de Investigaciones Agropecuarias y Forestales (CONIAF), con la finalidad de conglomerar todas las instituciones del sector público que se encuentra involucradas con el desarrollo de investigaciones en las organizaciones del sector privado.

En el mismo decreto, también se creó el Fondo Nacional de Investigaciones Agropecuarias y Forestales (FONIAF), este fue constituido con la finalidad de proporcionar financiamientos que aportaran en el incremento de los recursos, a su vez diversificar los medios de financiamiento que apoyan la investigación agropecuaria y forestal.

“El objetivo principal de la creación de dicha institución fue la de transformar la agricultura dominicana, en una actividad, dinámica, competitiva y sostenible, con la equidad necesaria para reducir la pobreza, mejorar la calidad de vida, protegiendo los recursos naturales y el medio ambiente.” (Coniaf, 2016)

En 4 de Septiembre del año 2012 el Presidente Danilo Medina Sánchez aprobó la Ley 251-12, la cual crea el Sistema Nacional de Investigación Agropecuaria y Forestal (SINIAF), este organismo fue constituido como un refuerzo, ya que se considero que el sector agropecuario y forestal, tiene una importante función en el desarrollo económico y social.

Su director actual es el Ingeniero Agrónomo Juan Modesto Chávez.

“CONIAF es una institución de derecho público descentralizada, con autonomía funcional, organizativa y presupuestaria, con personalidad jurídica y patrimonio propio, con todos los derechos atributos que esta calidad confiere y con duración indefinida.” (Coniaf, 2016)

2.2. Aspectos corporativos

- **Misión:**

“Fortalece, estimula y orienta al Sistema Nacional de Generación y Transferencia de Tecnología Agropecuaria y Forestal. Ofrecer financiamientos a través del fondo de investigación, fomentando el desarrollo de la capacidad científica y tecnológica en instituciones públicas y privadas.” (Coniaf, 2016)

- **Visión:**

“Ser una institución que oriente, estimule y fortalezca las investigaciones agropecuarias y forestales, cuyos resultados producen las innovaciones tecnológicas necesarias para el desarrollo de la República Dominicana. Con proyección nacional e internacional, por la integridad profesional de su personal y la excelencia de sus servicios.” (Coniaf, 2016)

- **Valores:**

- ✓ Transparencia
- ✓ Honestidad
- ✓ Participación
- ✓ Cumplimiento
- ✓ Equidad
- ✓ Objetividad
- ✓ Competitividad

- **Objetivo:**

“Transformar la agricultura Dominicana, en una actividad, dinámica, competitiva y sostenible, con la equidad necesaria para reducir la pobreza, mejorar la calidad de vida, protegiendo los recursos naturales y el medio ambiente.” (Coniaf, 2016)

2.3. Servicios que ofrece la Institución:

Dentro de los servicios que brinda CONIAF están los siguientes.

- **Financiamiento De Proyecto De Investigación:**

Disposición de los recursos necesarios para la elaboración y desarrollo de investigaciones tanto forestales como agropecuarias.

- **Becas De Estudios Internacionales:**

Ofrecer Becas Nacionales e Internacionales a maestros, estudiantes o profesionales del área de agricultura.

- **Charlas o Conferencias:**

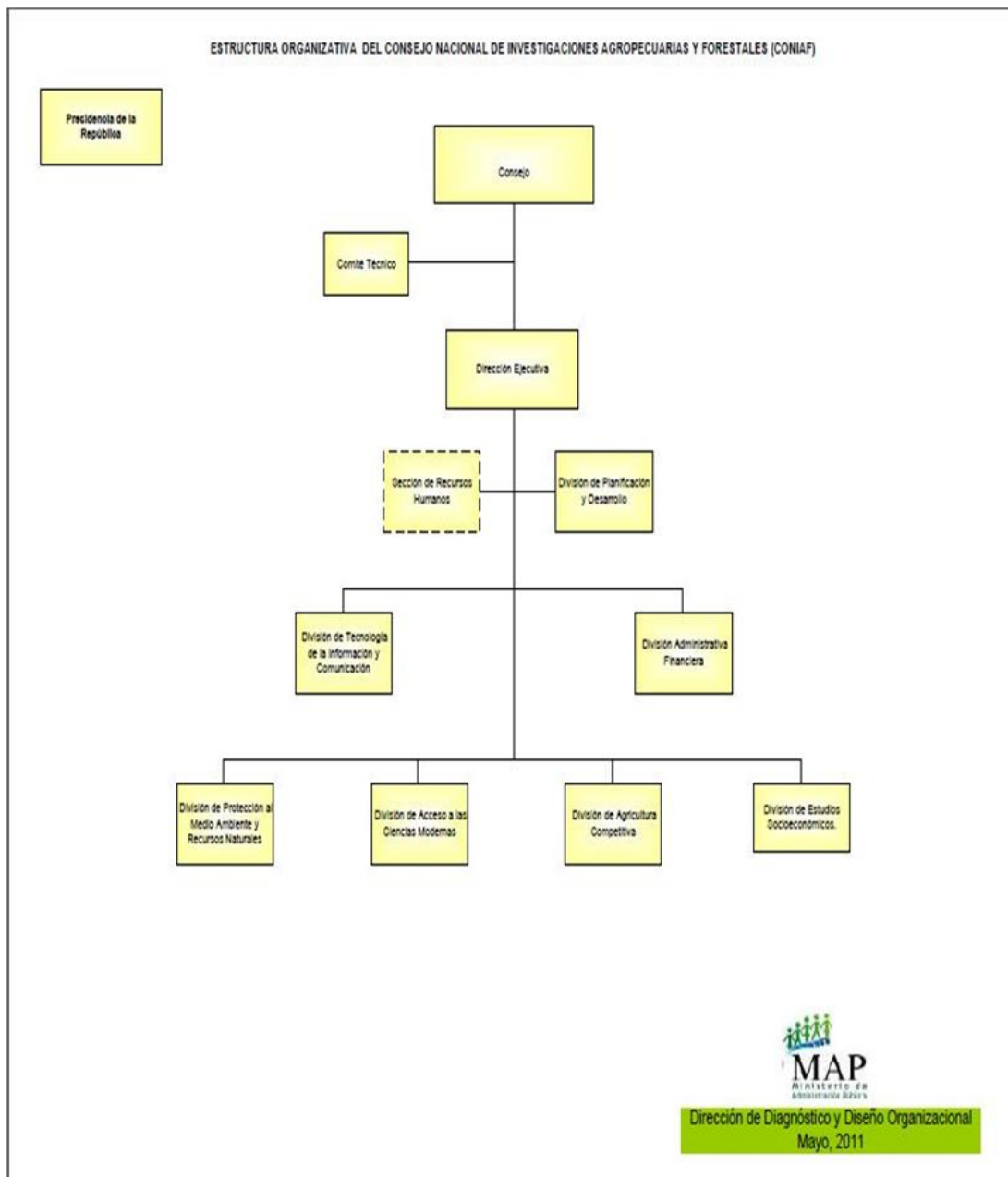
Cuenta con un equipo altamente calificado al momento de ofrecer charlas o conferencias en las instituciones, escuelas, universidades o empresas privadas que soliciten la misma.

- **Talleres o Cursos:**

Ofrecen cursos y Talleres a los productores, comerciantes y técnicos, que buscan nuevos conocimientos científicos.

2.4. Estructura Organizacional de la Institución.

Imagen 1



Fuente: Dirección de Diagnóstico y Diseño Organizacional, Mayo, 2011.

2.5. Funciones:

“CONIAF se caracteriza por ser una institución que motiva al sector agropecuario, por lo cual ellos destacan las siguientes funciones, para un mejor servicio.” (Coniaf, 2016)

- Mantener la independencia de las instituciones integrantes, a la vez que promueve el fortalecimiento y su adecuación a las nuevas condiciones.
- Coordinar los esfuerzos que se realizan para la investigación agropecuaria y forestal en el país.
- Configurar una instancia mixta en su nivel de decisión de políticas que aproveche las ventajas del modelo de operatividad de una institución privada en su instancia ejecutiva, con lo cual se procura lograr la representatividad y legitimidades nacionales necesarias y la agilidad, flexibilidad, competitividad y eficiencia en la implementación de los planes, programas y proyectos.
- Promover un gran esfuerzo nacional para desarrollar una capacidad científica que permita la realización de las investigaciones y generación de las tecnologías necesarias para mejorar la competitividad de la agropecuaria y al forestal nacional, y asegurar su desarrollo en un marco de sostenibilidad.

2.6. Plan Estratégico

El propósito del Plan Estratégico de CONIAF es poder brindar un instrumento que permita tomar las mejores decisiones, en cuanto al plan del país. Dicho plan fue elaborado, bajo un consejo y de modo participativo, y el conjunto con el Sistema Nacional de Planificación.

Este plan fue creado mediante Ley 1-12 sobre la Estrategia Nacional de Desarrollo y la Ley 251-12 que crea el SINIAF. En esta documentación se explica cuales son los objetivos específicos que la institución desea lograr, al igual que los proyectos fijados y el buen resultado de los productos. El plan está fijado desde el año 2013 hasta el 2016.

2.6.1. Los Objetivos Estratégicos:

Para el periodo 2013-2016 CONIAF se planteó son los siguientes objetivos estratégicos:

1. Lograr que el CONIAF cuente con los recursos y capacidades organizacionales suficientes que le permita responder a las necesidades, demandas y oportunidades del sector en función a su compromiso misional establecido en su normativa legal.
2. Establecer mecanismos de captación de recursos económicos, para financiar el proceso de Generación, Validación, Difusión y Evaluación de la adopción de tecnología agropecuaria y forestal

3. Impulsar el desarrollo de capacidades especializadas, a través de programas de maestrías y doctorados para contribuir a la formación de una masa crítica de investigadores en el sector agropecuario, ambiental y desarrollo rural territorial.

“En ese sentido, CONIAF se propone a través de este plan estratégico, crear un entorno programático y operativo favorable a la aplicación segura y sostenible de la investigación agropecuaria y forestal para el mejoramiento de la producción agroforestal y la calidad de vida de los productores y comunidades rurales, a través de generación, validación, transferencias y adopción de tecnologías agropecuarias y forestales.” (Coniaf, 2016)

2.7. Situación Actual de CONIAF

La institución, se encuentra en una etapa de transformación, buscando fortalecer su visión, misión y objetivo, a la vez ampliar las estrategias para lograr un mejor entorno dentro de la organización.

Como se ha descrito dentro de las generalidades de CONIAF, esta es una Institución Estatal, la cual apadrina proyectos y nuevos productores en el sector agropecuario y forestal de la República Dominicana, no obstante a su naturaleza y objetivo, esta no posee un programa de RSC en el cual los empleados estén involucrados.

CONIAF busca escalar un peldaño a su favor, es decir si realizan alguna actividad de Responsabilidad Social Corporativa es con la finalidad de desarrollar proyectos nuevos y diferentes que a su vez sean competitivos nacionalmente y un ejemplo para otras instituciones Estatales.

“De acuerdo con un estudio realizado por el Social Progresos Imperativo, donde explican que “los países de Latino América debe colocar en primer lugar la Responsabilidad Social Corporativa, es decir que las empresas deben darle prioridad, y que este no debe ser visto como un avance positivo. La República Dominicana se encuentra en el lugar no. 77 de 133 países con un porcentaje de un 62.47%.” (García, 2015)

La institución busca ser una entidad sobresaliente en cuanto a RSC se habla, pero su mayor interés es poder ampliar sus proyectos y a la vez poseer se reconocida Nacional e Internacionalmente.

En un artículo publicado por el Periódico El Nacional, donde el director de CONIAF el Ingeniero Juan Chávez, fue entrevistado y el cual explica que “La Responsabilidad Social Corporativa ayuda a aumentar la productividad y combatir la Pobreza y mejorar la calidad de Vida.” (Bonilla, 2016)

Los Directivos de CONIAF, tienen el interés de fomentar y capacitar en sus colaboradores el espíritu de la Responsabilidad Social Corporativa. Porque entienden que en el sector publico la RSC tiene solo conocimientos parciales. En la actualidad se han registrados avances significativos, pero aún quedan algunos desafíos por los cuales trabajar y mejorar.

Es un reto para CONIAF, el adoptar un plan de RSC, pero de acuerdo con la encargada del Departamento de Recursos Humanos, este será la iniciativa para un avance continuo.

2.8. Análisis de las Entrevistas Aplicadas

La Responsabilidad Social Corporativa es un mecanismo que puede ser utilizada por las Organizaciones para atraer mas clientes. Dado el interes de CONIAF y la necesidad que tiene dicha institucion de realizar un cambio dentro de su plan estrategico.

En este mismo sentido, se procedio a realizar entrevistas con la finalidad de conocer las opiniones de los encargados de departamentos. Se tomo una muestra de dos personas. Estos fueron la, Encargada Departamento de Recursos Humanos y el Encargado Departamento de Medio Ambiente y Recursos Naturales. Tiene 10 y 12 años laborando en la institución, por lo cual cononcen muy bien toda la información y datos importantes de CONIAF.

Cuando se les cuestiono sobre ¿Qué entendían por Responsabilidad Social Corporativa? Ambos coinciden en que la Responsabilidad Social Corporativa es un compromiso e impacto que asume la entidad para una mejora continúa. En ese mismo sentido uno resalto que también la RSC es percibida como una forma de dirigir actividades que fomenten un cambio positivo en los empleados y cliente.

Ese mismo sentido, se les pregunto que si conocian ¿Cuál era la opinión de la Institución sobre la RSC?, el primero explico, la institucion entiende que la RSC es de vital importancia en una entidad estatal, debido que contribuye al fortalecimiento de buenas prácticas; mientras que el seguro expuso que CONIAF es una Institución oficial de servicios y que tiene un enfoque social, por lo cual da el visto bueno a las actividades de RSC.

Dada la respuesta a la pregunta anterior, se les cuestiono que si en algún momento la Institución ha comentado al personal, el de involucrase con la Responsabilidad Social Corporativa, ambos explicaron que no directamente con esta nomenclatura, pero que algún momento determinado han realizado aportes. Aunque entienden que se debe reforzar y crear nuevas prácticas, a la vez conseguir apoyo de las autoridades más altas es decir el Ministerio de Agropecuaria.

Como encargados de Departamentos, dos de los más importantes dentro de la institución se les indago que si le resultaría agradable que la institución se involucre en algún programa de RSC y ¿Por qué? La encargada de RRH explico que le resultaría positivo a la institución y que está de acuerdo que los empleados conjuntos con los directivos se involucren en un plan de RSC. Mientras que el encargado de Medio Ambiente dijo que si le gustaría, pero que primero le gustaría revisar el programa y dar su opinión.

Haciendo referencia de que si se implementa un programa de RSC, pudiera resultar Negativo o positivo para la Institución, La encargada de RRHH entiende que al principio podría existir un poco de resistencia hasta que se logre concientizar y capacitar a los empleados, aun así ella considera que es positivo, debido que como una entidad gubernamental deben servir a la sociedad y la comunidad. De igual modo el encargado de Medio Ambiente corrobora, que resultaría muy positivo, porque así los empleados pueden dar lo mejor de sí y está en una total unión con la Institución.

Es por esto que consideran que contar con un plan de Responsabilidad Social Corporativa pudiese favorecer en la productividad de la empresa, ambos coinciden en que si favorece en la productividad de la empresa, porque así se podría capacitar y concientizar a los colaboradores desde la

máxima autoridad hasta los subordinados. A la vez la institución tendrá una imagen positiva y los empleados estarán más identificados con esta.

De igual modo explicaron que toda actividad que involucre a los empleados, gerentes y encargados de un departamento en el cual se sientan identificados por la misma finalidad tendrá un resultado muy positivo.

A modo de concluir con la entrevista se les indago sobre, cuales actividades de Responsabilidad Social Corporativa le gustaría proponer a la institución, para fines de involucrar a los empleados, uno respondió que las actividades que motiven al cumplimiento de valores éticos e integridad (Reciclaje, Servicios comunitarios, Ahorro de Energía entre otros) serian el principio para motivar a los colaboradores, ya en una segunda etapa se pudiera implementar actividades sociales, talleres y charlas en las cuales los empleados puedan ser escuchados y aporten sus ideas de mejora.

El encargado de Medio Ambiente se inclino mas por su área de trabajo explico que el capacitación a los productores y comunitarios, el realizar charlas de empoderamiento social, con el cual se podrá lograr conciencia en los actores para lograr mejores resultados en sus medios de vida.

Ambos entrevistados, estan interesados en que la organización involucre a sus empleados en actividades que fomenten la Responsabilidad Social Corporativa. Entienden que de acuerdo al mision y vision de la empresa es posible lograrlo. Incluso en algunos colaboradores se ha acercado al Departamento de RRHH, informando que le gustaria poder ayudar a la comunidad y a la socieda, según explica la encargada de RRHH..

Indicaron que la institucion requiere la implementacion de un programa, en el cual se pueda sentir socialmente responsable no solo por su naturaleza

como empresa sino por las actividades que puedan realizar para lograr el mismo.

2.9. Análisis de cuestionarios Aplicados.

Encuesta realizada a los empleados de CONIAF.

La recolecion de datos se efectuo tomando una muestra de nueve empleados de la institucion, se obtubieron los siguiente datos.

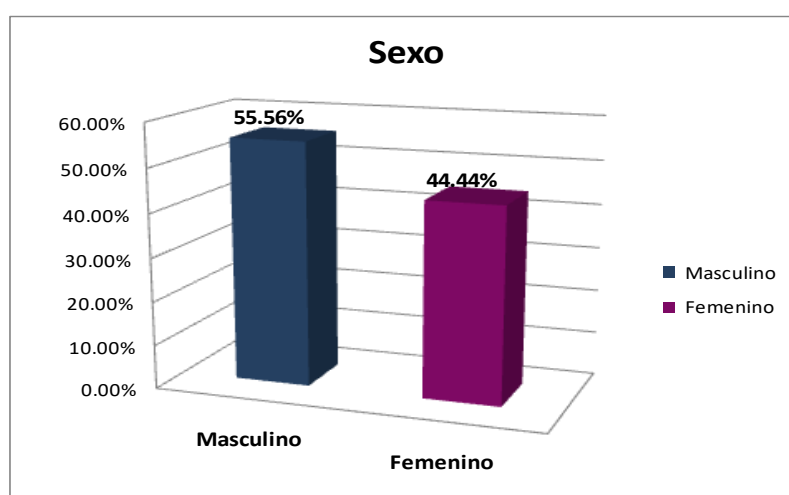
Cuadro 1

Sexo

Datos	F(ni)	F(fi)
Masculino	5	55.56%
Femenino	4	44.44%
Total	9	100.00%

Fuente: Encuesta sobre la Implementacion de un Programa de Responsabilidad Social Corporativa.
2016, CONIAF.

Gráfico 1



Fuente: Cuadro No. 1

El 55% de los encuestados fueron de sexo Masculino, mientras que el 44.44% fueron del sexo femenino. Por lo cual el sexo masculino es la población mas elevada dentro de la institución.

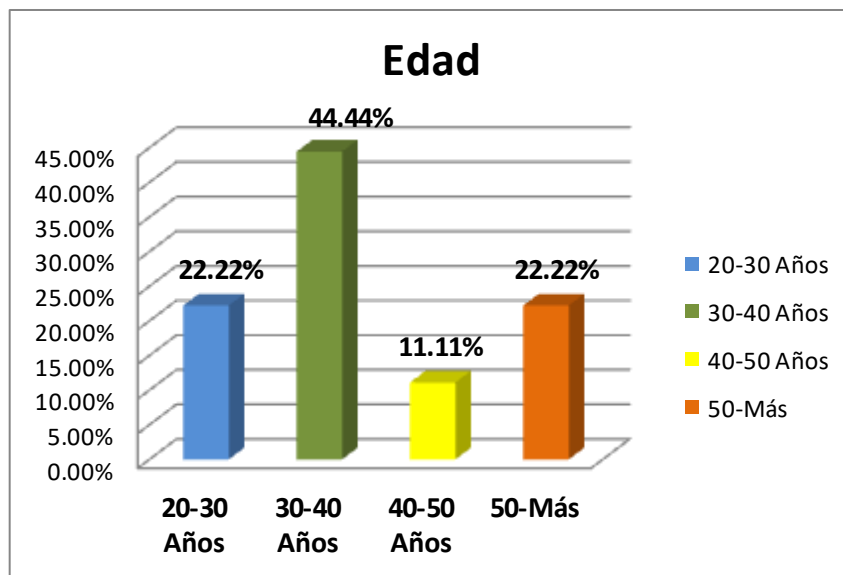
Cuadro 2

Edad

Datos	F(ni)	F(fi)
20-30	2	22.22%
30-40	4	44.44%
40-50	1	11.11%
50-Más	2	22.22%
Total	9	100.00%

Fuente: Encuesta sobre la Implementacion de un Programa de Responsabilidad Social Corporativa.
2016, CONIAF.

Gráfico 2



Fuente: Cuadro No. 2

El 44.44% de los encuestados se encuentra en un rango de 30 a 40 años los que significa la población adulta es la mas frecuente.

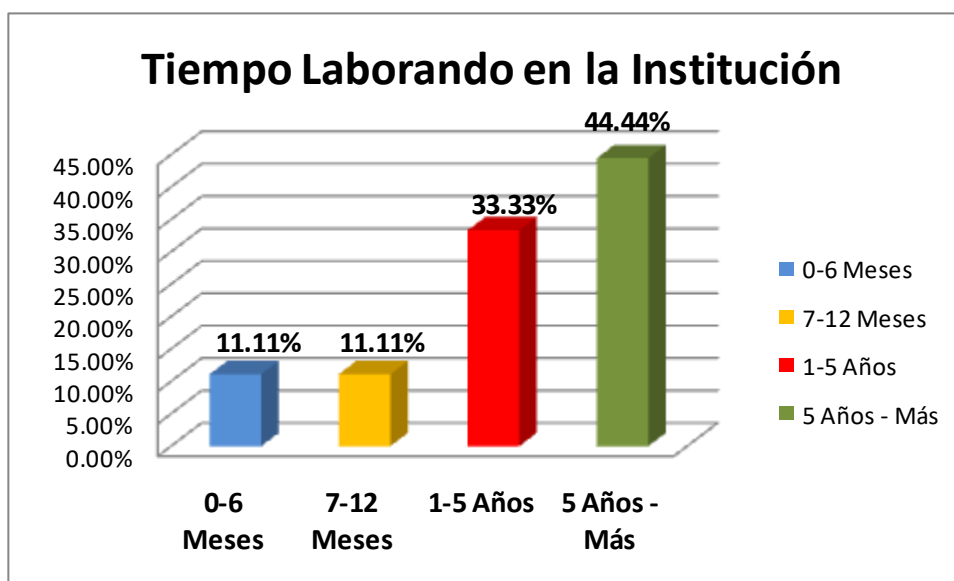
Cuadro 3

Tiempo tiene laborando en la Institución

Datos	F(ni)	F(fi)
0-6 Meses	1	11.11%
7-12 Meses	1	11.11%
1-5 Años	3	33.33%
5 Años - Más	4	44.44%
Total	9	100.00%

Fuente: Encuesta sobre la Implementación de un Programa de Responsabilidad Social Corporativa.
2016, CONIAF.

Gráfico 3



Fuente: Cuadro No. 3

El 44.44% de los encuestados tienen entre cinco años o mas, mientras que el 11.11% tienen entre cero a seis meses y de siete a doce meses.

Conocimientos de Responsabilidad Social Corporativa

Cuadro 4

Datos	F(ni)	F(fi)
Si	2	22.22%
No	4	44.44%
Un Poco	3	33.33%
Total	9	100.00%

Fuente: Encuesta sobre la Implementacion de un Programa de Responsabilidad Social Corporativa.
2016, CONIAF.

Gráfico 4



Fuente: Cuadro No.4

Como se puede observar en el grafico el 44.44% de la población opinaron que no poseen conocimientos de Responsabilidad Social Corporativa. Lo cual explica que CONIAF debiera crear conciencia entre sus empleados.

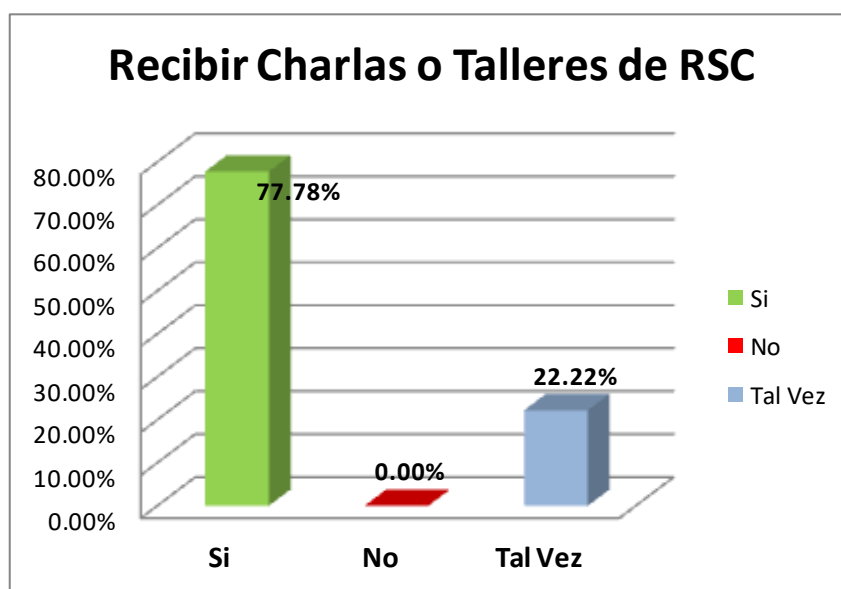
Importancia de recibir Charlas o Talleres informativos de Responsabilidad Social Corporativa

Cuadro 5

Datos	F(ni)	F(fi)
Si	7	77.78%
No	0	0.00%
Tal Vez	2	22.22%
Total	9	100.00%

Fuente: Encuesta sobre la Implementacion de un Programa de Responsabilidad Social Corporativa. 2016, CONIAF.

Gráfico 5



Fuente: Cuadro No.5

El 77.78% de los encuestados opinaron que si les gustaria recibir charlas, talleres y capacitacion en RSC. Mientras que solo el 22.22% respondió que tal vez, le gustaria recibirlas.

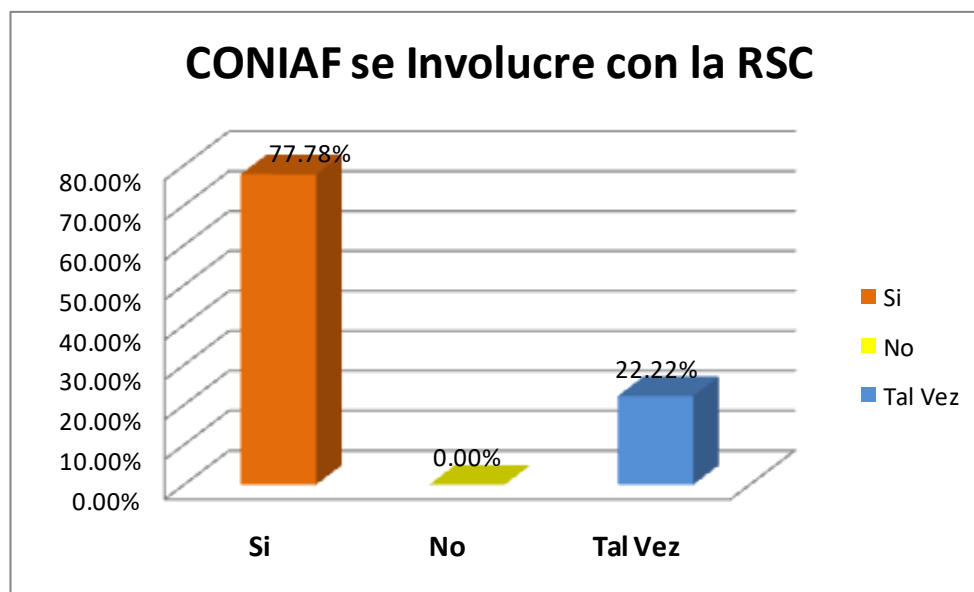
Participación de Involucrados con la Responsabilidad Social Corporativa.

Cuadro 6

Datos	F(ni)	F(fi)
Si	7	77.78%
No	0	0.00%
Tal Vez	2	22.22%
Total	9	100.00%

Fuente: Encuesta sobre la Implementacion de un Programa de Responsabilidad Social Corporativa. 2016, CONIAF.

Gráfico 6



Fuente: Cuadro No.6

Como explica el grafico el 77.78% de los encuestados informaron que si estan deacuerdo en que la institucion involucre a sus empleados en la RSC.

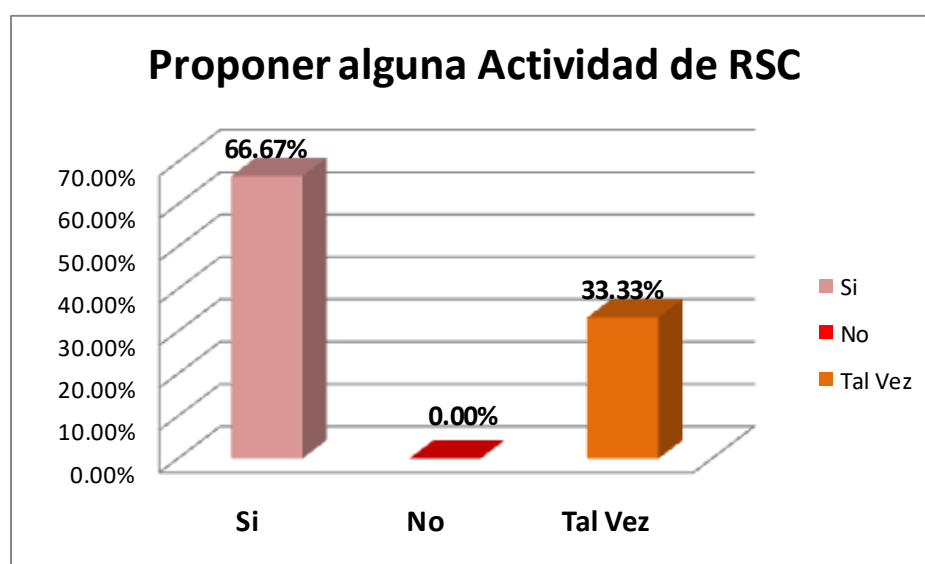
Se atrevería usted a proponer alguna actividad, para que la institución se involucre con la RSC

Cuadro 7

Datos	F(ni)	F(fi)
Si	6	66.67%
No	0	0.00%
Tal Vez	3	33.33%
Total	9	100.00%

Fuente: Encuesta sobre la Implementacion de un Programa de Responsabilidad Social Corporativa. 2016, CONIAF.

Gráfico 7



Fuente: Cuadro No.7

EL 66.67% opinaron que si les resultaria agradable como colaboradores proponer actividades que fomenten la Responsabilidad Social Corporativa dentro de la Institución.

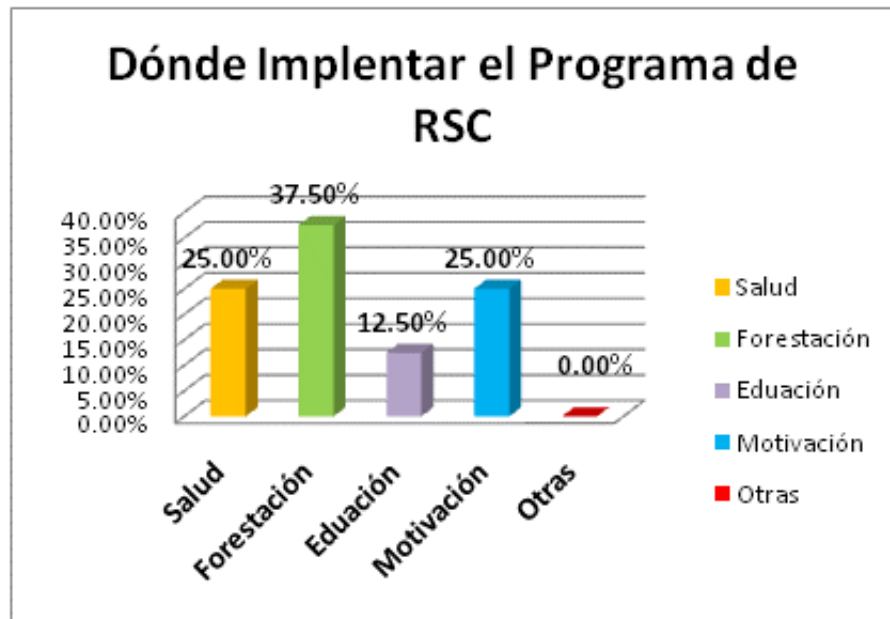
Áreas que le gustaría que CONIAF implementara en la RSC.

Cuadro 8

Datos	F(ni)	F(fi)
Salud	2	25.00%
Forestación	3	37.50%
Educación	1	12.50%
Motivación	2	25.00%
Otras	0	0.00%
Total	8	100.00%

Fuente: Encuesta sobre la Implementación de un Programa de Responsabilidad Social Corporativa. 2016, CONIAF.

Gráfico 8



Fuente: Cuadro No.8

El 37.50% propuso en el area de Forestación, de acuerdo a estos resultados la población encuestada entiende que la forestación es la mas importante para la implementación del programa.

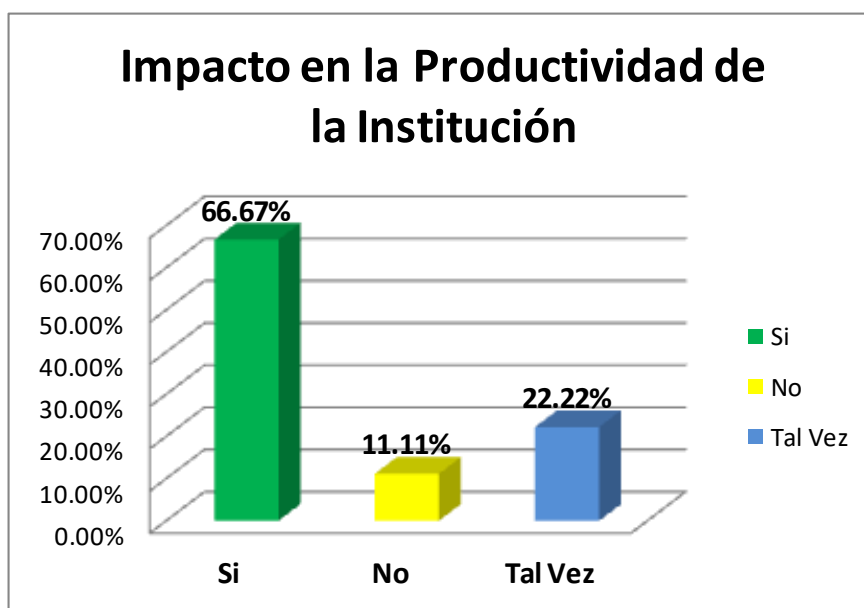
Impacto en la Productividad de la Institución.

Cuadro 9

Datos	F(ni)	F(fi)
Si	6	66.67%
No	1	11.11%
Tal Vez	2	22.22%
Total	9	100.00%

Fuente: Encuesta sobre la Implementacion de un Programa de Responsabilidad Social Corporativa. 2016, CONIAF.

Gráfico 9



Fuente: Cuadro No.1

Conforme a los resultados el 66.67% está de acuerdo en que la implementación del Programa tendrá un impacto positivo y productivo para la institución.

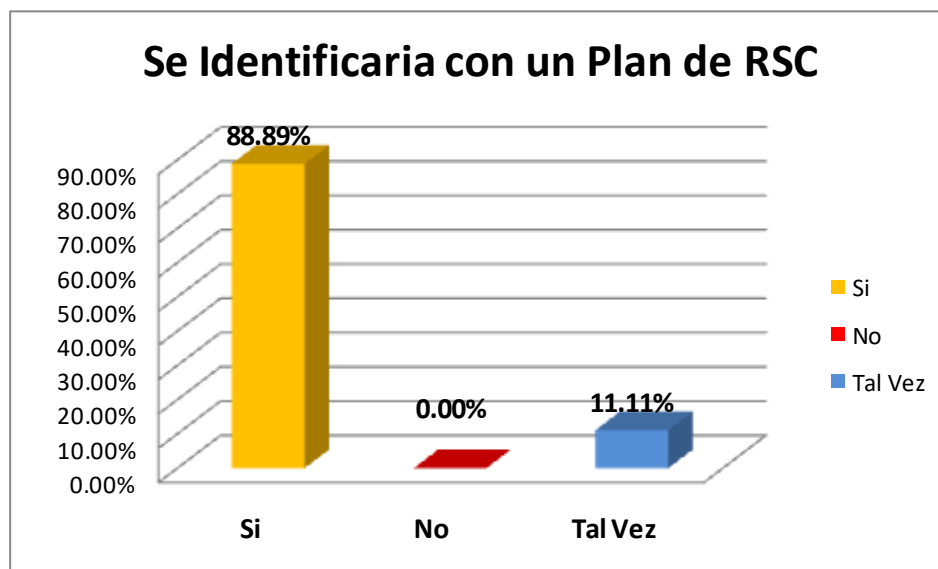
Se identificaría con un plan de Responsabilidad Social Corporativa.

Cuadro 10

Datos	F(ni)	F(fi)
Si	8	88.89%
No	0	0.00%
Tal Vez	1	11.11%
Total	9	100.00%

Fuente: Encuesta sobre la Implementacion de un Programa de Responsabilidad Social Corporativa. 2016, CONIAF.

Gráfico 10



Fuente: Cuadro No.10

De acuerdo con esta grafica se entiende que el 88.89% de los encuestados si, se identificarían con el Programa, debido que tienen toda la disposición de capacitarse.

Razón para ser Socialmente Responsable.

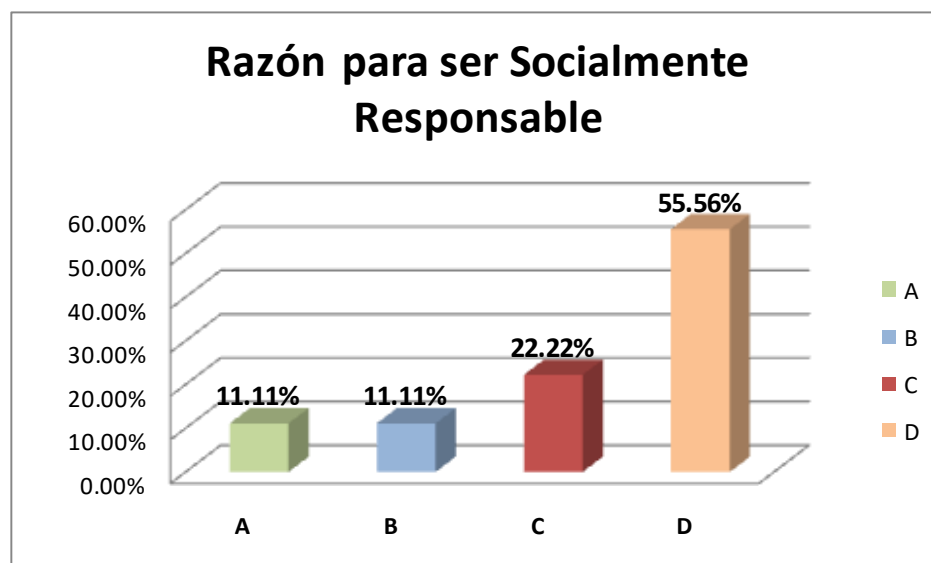
- a)** Porque, puede ayudar en un incremento de los beneficios de la Institución.
- b)** Desarrolla los niveles de, propiedad, compromiso, satisfacción y lealtad de los empleados.
- c)** Fomenta el impacto de la cultura Laboral.
- d)** Porque existe una mejor relación con el ambiente y aumenta la influencia de la Institucion con la sociedad.

Cuadro 11

Datos	F(ni)	F(fi)
A	1	11.11%
B	1	11.11%
C	2	22.22%
D	5	55.56%
Total	9	100.00%

Fuente: Encuesta sobre la Implementacion de un Programa de Responsabilidad Social Corporativa.
2016, CONIAF

Gráfico 11



Fuente: Cuadro No.11

El 55.56% opinaron que existe una mejor relación con el ambiente, el cual sería un motivo de aumento en la influencia de la Institución ante la sociedad.

CAPÍTULO III

IMPLEMENTACIÓN DEL PROGRAMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA.

3.1 Introducción a la Propuesta

La Propuesta que se planea desarrollar para el Consejo Nacional de Investigación Agropecuaria y Forestal (CONIAF), se orienta en los aspectos ecológicos y sociales de la Responsabilidad Social Corporativa, de tal modo que los colaboradores puedan sentir un gran entusiasmo y a la vez sea transmitido a la comunidad y lo más importante al medio ambiente.

De acuerdo a los datos que se encuentra en el portal de CONIAF y de la información recolectada a través de las entrevistas y encuestas realizadas a los empleados, y tomando como referencia los programas de desarrollo que la institución a realizado para los productores, los cuales han resultados sostenible para la empresa. Tomando como base estos aspectos, se plantearan actividades de Responsabilidad Social Corporativa que fomenten un cambio a la institución.

La realización y desarrollo del Plan de RSC para la institución CONIAF, es un pacto que asume la entidad, con la finalidad de poder enriquecer cada día la relación entre los encargados de departamentos y los colaboradores.

Conforme al resultado del cuestionario aplicado a los colaboradores seleccionado, se procede a proponer actividades sugeridas por ellos mismos.

3.2. Objetivos:

3.2.1. Objetivo General

Planificar y Ejecutar un Programa de Responsabilidad Social Corporativa, a través del cual se pueda reconocer el compromiso de CONIAF, con sus colaboradores, la sociedad y lo más importante el entorno.

3.2.2. Objetivos Específicos.

- Mejorar el grado de conocimiento de Responsabilidad Social Corporativo en los colaboradores.
- Mejorar la calidad de vida de los colaboradores.
- Instaurar estrategias de cambio para impulsar conductas responsables

3.3. Propuesta del Programa de Responsabilidad Social Corporativa.

3.3.1 Desarrollo de la Propuesta.

El proyecto a ejecutar, pretende enriquecer diversas actividades en las cuales los colaboradores puedan participar. Dichos aspectos a mejorar se desglosan a continuación.

- **Fomentar y estimular la cultura del reciclaje en los colaboradores.**

Esta es una de las actividades en la cual el empleado se siente sumamente identificado con la Responsabilidad Social Corporativa; por lo cual se plantea el realizar charlas sobre el significado de reciclar y como separar los desechos. Se propone orientar y concientizar a todo el personal sobre el impacto que produce el de tener una educación orientada al reciclaje.

En esta parte del programa se desea lograr que los colaboradores adopten la cultura del reciclaje como un estilo de vida, y a la vez puedan aplicar en su día a día, pero lo más importante que puedan involucrar a sus familiares y a la comunidad.

Cada departamento en conjunto con su personal estará sumergido en esta propuesta. Deberán involucrarse de alguna manera a través de la recaudación de papeles y periódicos de la oficina, recaudación de plásticos, ahorro de energía, entre otros.

Se realizará una primera charla en el mes de Enero 2017 para el todo el personal y luego se realizara una segunda para los hijos del personal. La misma es con la finalidad que los conocimientos adquiridos puedan ser aplicados en su comunidad.

También se realizará promoción a través del envío de emails, estos serán semanales con un tema diferente. En este mismo sentido los colaboradores podrán realizar aportes y así estarán familiarizados con el reciclaje.

- **Mejorar el grado de conocimiento de Responsabilidad Social Corporativo en los colaboradores.**

Implementar diversos planes de capacitación, los cuales serán facilitados de acuerdo a las necesidades del personal. Dicha capacitación será a través de talleres y seminarios en los cuales se pueda promover todo lo relacionado a Responsabilidad Social Corporativa.

En los talleres y seminarios se tratarán tópicos no solo de seguridad o relacionados a su área de trabajo, sino que se capacitará al personal con los temas sugeridos y solicitados por ellos.

Se proyecta establecer un pacto estratégico con el Ministerio de Agricultura y el Ministerio de Medio Ambiente. Los cuales tienen un personal altamente calificado en temas de interés que serán útiles para los empleados de CONIAF.

- **Mejorar la calidad de vida de los colaboradores.**

La calidad de vida de los colaboradores se estima como un factor importante, debido que la institución desea supervisar y estar pendiente de las privaciones y penurias de sus empleados esto es sin distinción de persona. El cual abarca desde la alta gerencia hasta los proletarios.

Se contempla realizar charlas y talleres de nutrición, con el objetivo que puedan conocer cómo alimentarse adecuadamente, de igual modo de efectuar jornadas de salud, también se impartirán cursos de cómo combatir el estrés y sus derivados. El propósito de CONIAF es que sus empleados junto a su familia puedan disfrutar de una mejor calidad de vida.

- **Crear propagandas de Desarrollo Comunitario.**

En esta actividad se propone que cada colaborador, seleccione una familia de escasos recursos de su comunidad, en la cual se le pueda proporcionar capacitaciones, apoyo económico y de salud, reparación de vivienda y embellecimiento del entorno.

Otra actividad es la unificación del núcleo familiar interno, es decir que cada colaborador pueda tener un contacto directo con su familia y a la vez puedan transmitir esta unión a la comunidad. En este programa se realizarán actividades al aire libre y capacitación a la familia.

Las capacitaciones serán impartidas por el Departamento de Recursos Humanos de CONIAF en fusión con el Ministerio de Agricultura quien suministrará los materiales de apoyo.

Los empleados podrán realizar grupos de apoyo, con la finalidad de que puedan ejecutar actividades de labor social para el provecho de la comunidad.

- **Realizar Jornadas de Reforestación**

Aunque la naturaleza de CONIAF es apadrinar las actividades de agropecuaria y forestación, no cuenta con un programa en el cual los colaboradores puedan participar; es por esta razón que al realizar jornadas de reforestación se busca una conexión entre los empleados, la institución y el medio ambiente.

Se propone realizar jornadas de reforestación y embellecimiento, serán seleccionadas áreas del país que requieran este tipo de actividad. En la

misma se estará involucrando a todo el personal, debido que de acuerdo al resultado del cuestionario la reforestación es la más requerida por los colaboradores. En esta actividad los familiares y la comunidad también podrán participar. Se plantea la siembra de árboles de especies nativas al igual de aquellos que dan los beneficios de frutos.

Dentro de este programa se estima también el de realizar charlas en las escuelas de la comunidad, tanto de los colaboradores como aledañas a la institución.

En ese mismo sentido se distribuirán materiales de apoyo y propagandas, estas serán suministradas por el Ministerio de Agricultura y el Ministerio de Medio Ambiente. Dichas instituciones en alianza con CONIAF serán los encargados de realizar las charlas.

3.3.2 Implementación de la Propuesta:

En el programa de Responsabilidad Social Corporativa se utilizarán los aspectos ya mencionados, los cuales serán desarrollados en cuatro etapas y ejecutados en un tiempo específico.

A continuación se detalla el desarrollo.

Etapas I

En esta fase se plantea las siguientes actividades:

- Planificar programas que mejoren la calidad de vida:
 - ✓ **Nutrición:** se realizarán dos charlas interactivas de nutrición la primera en el mes de Enero y la Segunda en Junio, en las cuales los empleados podrán indagar todas las inquietudes que tengan y a la vez recibirán asesoría. Se les solicitara una colaboración de RD\$ 100.00 por empleado
 - ✓ **Odontología:** La salud bucal es primordial, es por tal sentido que se realizarán tres jornadas dentales en los meses de Enero, Julio y Diciembre, en las cuales se practicarán: consulta general, Limpieza y Aplicación de Flúor. Dicha Jornada dental es exclusiva para los colaboradores y sus hijos. Se les solicitara una colaboración de RD\$ 100.00 por empleado.
- Asesoría Familiar:
 - ✓ **Formación a las Familias:** En esta parte se programarán dos charlas una en Mayo y otra en Noviembre en las cuales se impartirán, informaciones sobre economía familiar, terapia de familia, tips de cuidado de los niños, entre otros temas solicitado por los colaboradores. Además se impartirán materiales de apoyo. Se les solicitara una colaboración de RD\$ 100.00 por empleado
 - ✓ **Recreación al Aire Libre:** Se realizara en el mes de Agosto un Pasadía Familiar en el cual se podrán realizar actividades deportivas, en la cual los colaboradores podrán recrearse junto a sus niños y compartir con sus compañeros de labor. Para

esta parte se les solicitara un aporte de RD\$ 150.00 pesos por colaborador, para cubrir los gastos de transporte.

- ✓ **Campamento de Verano:** Se realizara un alianza estratégica entre el Ministerio de Agricultura y CONIAF con el objetivo de proporcionar actividades recreativas y educativa destinada para los niños de los colaboradores, este serán quince días del mes de Julio, se escoge esta fecha ya que son las vacaciones escolares. Se les solicitara una colaboración de RD\$ 150.00. por niño esto cubrirá los gastos del campamento.

Imagen 1

Costo de las Actividades Etapa I

Actividades	Costo Unitario	Costo Total
Nutrición	\$ 100.00	\$ 200.00
Odontología	\$ 100.00	\$ 200.00
Formación a las Familias	\$ 100.00	\$ 200.00
Recreación al Aire Libre	\$ 150.00	\$ 150.00
Campameto de Verano	\$ 150.00	\$ 150.00
TOTAL	0	\$ 900.00

Elaborado por: Autor de Tesis (Septiembre - Diciembre 2016)

De acuerdo al presupuesto estimado de las actividades a realizar en la Etapa I, del Plan de Responsabilidad Social Corporativo, se estipula un costo total de RD\$ 900.00. Los colaboradores pagaran esta cantidad si deciden participar en todas las actividades, de solo elegir algunas el valor será inferior.

Imagen 2

Etapa I De Actividades del Programa de Responsabilidad Social Corporativa para CONIAF.

Actividades	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Nutrición	RD\$ 100.00						RD\$ 100.00					
Odontología	RD\$ 100.00					RD\$ 100.00						
Formación a las Familias					RD\$ 100.00						RD\$ 100.00	
Recreación al Aire Libre								RD\$ 150.00				
Campameto de Verano							RD\$ 150.00					
TOTAL	RD\$ 200.00	0	0	0	RD\$ 100.00	RD\$ 100.00	RD\$ 250.00	RD\$ 250.00	0	0	RD\$ 100.00	0

Elaborado por: Autor de Tesis (Septiembre - Diciembre 2016)

Etapas II

Esta sección se plantea realizar capacitaciones para los colaboradores, las mismas serán realizadas a través de una fusión con el Ministerio de Agricultura, ellos proporcionaran facilitadores docente, dichos cursos serán impartidos los Sábados en horarios de 10:00 am hasta las 12:00 pm y de 3:00 a 5:00 pm y los Domingos, 10:00 am hasta las 12:00 pm. Los Empleados tendrán la facilidad de inscribirse en el horario que se adapte a su disponibilidad.

Se dispone, que la cantidad de beneficiarios para cada capacitación sea de 10 personas por sección. Se plantea de este modo, debido que el personal de CONIAF es de un total de 60 Empleados, además se busca que dichos cursos puedan ser aprovechados al máximo por cada uno.

Para evitar alguna inconformidad entre los empleados, los cursos serán impartidos dos veces al año con el objetivo que todos puedan participar. Estos cursos no tendrán costo alguno para los empleados. Los cursos escogidos para los colaboradores se detallan a continuación.

- Excel Básico y Avanzado
- Contabilidad Básica y Avanzada
- Reciclaje (Manualidades)

Estos cursos fueron solicitados por los colaboradores a través del Departamento de Recursos Humanos. Los mismos serán impartidos a todo el personal sin importar el nivel jerárquico.

A continuación detallamos el cronograma de los cursos a impartir.

Imagen 3

Etapas II De Actividades del Programa de Responsabilidad Social Corporativa para CONIAF.

Actividades	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Excel Básico y Avanzado												
Contabilidad Básica y Avanzada												
Reciclaje (Manualidades)												

Elaborado por: Autor de Tesis (Septiembre - Diciembre 2016)

Etapas III

En esta fase se plantea las siguientes actividades:

- **Concientizar al personal, de cómo conservar el Medio Ambiente:**
 - ✓ Se plantea realizar charlas, en la cual se pueda fomentar un pensar ecológico en cada colaborador. Se proyectan dos charlas para los meses de Marzo y Abril. La primera charla que es en el mes de Marzo será exclusivamente para el personal, mientras que la segunda será para los hijos de los colaboradores, de igual modo también se invitará a la comunidad. Para efectuar estas charlas contaremos con el apoyo del Ministerio de Agricultura y el Ministerio de Medio Ambiente.
 - ✓ Durante todo el mes de Abril se estará realizando una campaña de cuidado de la tierra, en el transcurso de dicho mes se estarán enviando correos electrónicos con breves consejos de cómo conservar nuestra tierra. El día 22 de Abril se efectuara una actividad al aire libre, en unión con el Ministerio de Medio Ambiente, en el cual se realizaran la siembra de plantas en conmemoración del día de la tierra.
 - ✓ Se realizaran talleres didácticos sobre cómo aprovechar los recursos naturales y a la vez como reducir el consumo de estos. Dichos talleres serán impartidos para los colaboradores y la comunidad en general. Serán impartidos en el mes de Agosto y Septiembre.

- **Impulsar la Educación del Reciclaje y Ahorro de Energía:**

- ✓ Realizar charlas destinadas a los hijos de los colaboradores y los niños de la comunidad, en dicha actividad se estipula proporcionar información relevante acerca del reciclaje y su clasificación. Las charlas serán Impartidas en junio y la segunda en el mes de julio durante el campamento de verano. Estas serán impartidas por el Departamento de Recursos Humanos en fusión con el Ministerio de Medio Ambiente.
- ✓ Promocionar la reutilización de las hojas, en el área laboral. Esto impulsa el desarrollo y el ambiente laboral.
- ✓ Establecer un promoción **“Yo soy A igual que tu”** en el cual cada departamento velara que los equipos electrónicos sean apagados luego que concluya la jornada laboral. Los supervisores de cada área deberán motivar a sus colaboradores.

Todas estas actividades serán supervisadas y evaluadas por el Ministerio de Agricultura y las mismas no tendrán costo alguno.

A continuación se detalla el cronograma de estas actividades.

Imagen 4

Etapa III De Actividades del Programa de Responsabilidad Social Corporativa para CONIAF.

Actividades	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Charla " Reflexión Ecológica"												
Siembra de Arboles												
Taller " Conciencia Ecologica"												
Charla " Reflexión Ecológica"												
Reutilización de las hojas												
promoción "Yo soy A igual que tu"												

Elaborado por: Autor de Tesis (Septiembre - Diciembre 2016)

Etapas IV

En esta sección se implementará el Desarrollo comunitario, el cual cuenta con las siguientes actividades.

- **Formar un Grupo de Voluntarios dentro de la Institución:**

Con la creación de este grupo, se estima ejecutar diversas actividades, de acto social para el beneficio de la sociedad.

- ✓ Se realizará el último sábado de cada mes un desayuno de una bebida caliente con rebanadas de pan o galletas. para las personas indigentes de la comunidad. Dicho almuerzo se efectuara con el aporte de alimentos de los colaboradores.
- ✓ El 28 de Agosto en conmemoración del día internacional del Adulto Mayor, se enviara una comisión al Hogar Geriátrico Cristiano, para esta actividad se recibirán las donaciones y aportes de la comunidad y de los colaboradores.
- ✓ Se efectuaran rifas entre los colaboradores, con el objetivo de crear un fondo para el grupo del voluntariado.

- **Organizar programas de crecimiento en la comunidad.**

- ✓ En el mes de Mayo, se realizaran talleres de cómo desarrollar sus habilidades, técnicas y de cómo generar ingresos a sus hogares. Este será exclusivo para las madres de la comunidad. Estos serán

impartidos por un profesional del área, que será contratado por el Ministerio de Medio Ambiente. Dichos cursos son los siguientes:

- Decoración de Sandalias
 - Elaboración de Carteras, con materiales reciclados
 - Creación de velones
 - Confección de cojines y cortinas para el hogar.
- ✓ En conjunto con el Ministerio de Agricultura, en el mes de Diciembre se impartirán cursos de capacitación en los temas de cómo sembrar las plantas, cuales son aquellas que pueden proporcionar beneficios a la comunidad, entre otros. Los mismos serán dirigidos a los niños y adolescentes.

Para la realización de dichos cursos y talleres no se les exigirá aportes económicos a los beneficiarios, sino que cada uno deberá proporcionar los materiales a utilizar. Charla:

A continuación se presenta el cronograma de Actividades.

Imagen 5

Etapla IV De Actividades del Programa de Responsabilidad Social Corporativa para CONIAF

Actividades	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Formar el grupo del voluntariado												
Entrega mensual del Desayuno												
Visita Centros Geriátrico												
Rifas entre los Empleados												
Taller : Como Desarrollar tus Habilidades												
Charla " Como sembrar un Árbol "												

Elaborado por: Autor de Tesis (Septiembre - Diciembre 2016)

Imagen 6

Cronograma del programa de Responsabilidad Social Corporativa

Actividades	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Nutrición												
Odontología												
Formación a las Familias												
Recreación al Aire Libre												
Campameto de Verano												
Excel Básico y Avanzado												
Contabilidad Básica y Avanzada												
Reciclaje (Manualidades)												
Charla " Reflexión Ecológica"												
Siembra de Arboles												
Taller " Conciencia Ecológica"												
Charla " Reflexión Ecológica"												
Reutilización de las hojas												
promoción "Yo soy A igual que tu"												
Formar el grupo del voluntariado												
Entrega mensual del Desayuno												
Visita Centros Geriátrico												
Rifas entre los Empleados												
Taller : Como Desarrollar tus Habilidades												
Charla " Como sembrar un Árbol "												

Elaborado por: Autor de Tesis (Septiembre - Diciembre 2016)

CONCLUSIONES

Al finalizar la presente proposición, se llega a la conclusión de que si es posible la Implementación del Programa de Responsabilidad Social Corporativa, dentro de las políticas y Funciones de CONIAF, la misma generaría un gran avance competitivo para la institución. El mismo sería un atractivo para el sector público de nuestro país.

CONIAF es una institución con altos valores humanitarios y esta posee un personal altamente calificado y los cuales a su vez proyectan las buenas éticas de la empresa. Como muchas instituciones reconocidas del sector público que realizan labor social, CONIAF proyecta el poder realizar buenas labores que ayuden a la sociedad.

En cuanto al cuestionario aplicado, se evidencia que existe un alto grado de desconocimiento de Responsabilidad Social Corporativa entre los colaboradores. Algunos de los encuestados entienden que la implementación de la propuesta no sería factible para la institución, mientras que el porcentaje que si está de acuerdo es mayor y estiman que la RSC es un compromiso institucional.

El programa propuesto a la institución, es visto como un activo intangible que proporcionara buenas referencias de la organización. La Administración está en la disposición de realizar reportes semestrales de los gastos en que incurrirán las actividades de Responsabilidad Social y los mismos serán presentados al Ministerio de Agricultura, con la finalidad de contribuir a la buena imagen del Sector Publico.

La finalidad de esta propuesta es demostrar la importancia de las buenas prácticas sociales en las organizaciones, bajo un concepto socialmente responsable. Al momento de CONIAF implementar la propuesta diseñada

construirá una cultura social en su ambiente laboral. A la vez se constituirá como una variable en el desarrollo de la institución. Se concluye de modo general que:

La Responsabilidad Social Corporativa es una tendencia que cada día va en aumento, y que CONIAF a pesar formar parte del sector público de nuestro país no desea quedarse rezagado y busca desarrollar nuevas técnicas en las que sus colaboradores puedan desarrollar habilidades socialmente responsable.

Un factor de motivo que ínsita a CONIAF a buscar nuevos cambios en su cultura y naturaleza, es la globalización, la cual es la causante de que muchas empresas de nuestro país, tanto en el sector público como privado decidan implementar un comportamiento responsable. Esta por lo cual esta Institución tiene varias vertientes de cómo poder involucrar a sus colaboradores en la Responsabilidad Social Corporativa, esto solo dependerá del rumbo que la institución quiera tomar.

Al ser una institución descentralizada del gobierno y estar regida por el Ministerio de Agricultura, son muchos los beneficios positivos que obtendrá, los cuales podrán ser utilizados para la utilidad de la organización. De igual modo la institución obtendrá una mejor ventaja competitiva ante la sociedad. Acrecentar la calidad de vida de sus colaboradores, sus familiares y el de la comunidad es el factor principal para la ejecución del programa de Responsabilidad Social Corporativa.

Se espera que CONIAF pueda alcanzar mejores niveles dentro de sus actividades corporativas, al momento de ejecutar la propuesta desarrollada, debido que la Responsabilidad Social Corporativa es una función a la medida de la Organización.

RECOMENDACIONES

Luego de realizar la Propuesta del Programa, el cual servirá de muchos beneficios para CONIAF y aquellas instituciones del Sector Publico que busquen un cambio dentro de su organización, se puede sugerir las siguientes recomendaciones.

- Ejecutar la implementación del programa de Responsabilidad Social Corporativa, a su vez involucrar a los colaboradores, en el cual todos puedan perseguir el mismo plan de acción.
- La organización debe continuar indagando, sobre cuáles son sus grupos de interés, cuales son las responsabilidades que desean ejecutar ante la sociedad, buscar acciones de mejora las cuales entiendan que poseen la capacidad de ejecutar.
- La institución deberá comprender que la Responsabilidad Social Corporativa en un procedimiento dinámico, el cual conlleva un cambio. Por lo cual lo primordial es hacer el cambio dentro de la organización, para luego proyectarlo en la comunidad.
- Mantener el interés de los colaboradores, para que estos a su vez puedan percibir una mejoría dentro de la empresa y de igual modo se sientan orgullosos de pertenecer a la misma.
- Realizar nuevamente una encuesta a los colaboradores de cuáles son los cursos y capacitaciones que les gustaría recibir, y así poder mantenerse actualizados.

- Realizar una base de datos, en la cual se pueda introducir cuales capacitaciones han tomado los colaboradores, y de este modo se previene que un mismo empleado reciba nuevamente el curso. Esto evita que otros se queden sin capacitación.
- Crear y mantener la comisión de Responsabilidad Social, dentro de la institución.
- La Institución debe tener en cuenta que la Responsabilidad Social Corporativa es un activo intangible, por lo cual deberá incorporar dentro del presupuesto de los años venideros.
- Buscar asesoramiento del Ministerio de Agricultura y del Ministerio de Ambiente, al igual que de otras instituciones del Sector público, que practican la Responsabilidad Social.
- Evaluar y actualizar al final de cada año el programa de Responsabilidad Social Corporativa diseñado para CONIAF. Debido que cada día pueden surgir nuevas actividades en las cuales implementar la Labor Social.
- Por la falta de conocimiento por parte de los colaboradores se recomienda que CONIAF, capacite sobre la Responsabilidad Social Corporativa y programas sociales. De tal modo que los empleados puedan proyectar lo aprendido a la sociedad.
- Se sugiere a CONIAF la ejecución del programa como un arranque motivacional para la institución, y a su vez integrarlo dentro de la estrategia corporativa, con esto podrán adquirir mejores beneficios para la organización.

- Evaluar el programa de manera interna entre los colaboradores, en búsqueda de mejoras o sugerencias, con esto se podrá conocer el crecimiento de la institución y cuáles fueron los avances. A la vez deberán rendir informes trimestrales a los colaboradores de cuales han sido los progresos.

BIBLIOGRAFÍA

Bernal, N. (2012, Septiembre 02). *Sin Fines de Lugo ORG*. Retrieved Septiembre 26, 2016, from <http://sinfinesdelucro.org/responsabilidad-social-en-republica-dominicana/>

BIBLIOGRAPHY Bonilla, T. (2016, Octubre 03). CONIAF destaca importancia investigación para el desarrollo agropecuario sostenible. *El Nacional* .

Caneda, M. C. (2004). *Responsabilidad Social Corporativa Interna*. Madrid: ESIC EDITORIAL.

Canyelles, J. M. (2001). Responsabilidad social. *Revista de Contabilidad y Dirección* , 80.

Cea, R. (2010). *La Responsabiidad Social Corporativa en las Entidades Bancarias de la Union Europea*. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid.

Ceballos, V. (2014). *Elempleo*. Retrieved Octubre 1, 2016, from http://www.elempleo.com/colombia/mundo_empresarial/fomentar-valores-corporativos-es-esencial-para-la-empresa

Coniaf. (2016, Enero). *Consejo Nacional de Investigaciones Agropecuarias y Forestales* . Retrieved Octubre 13-20, 2016, from <http://www.coniaf.gob.do/>

De la Cruz, M. (2012). Ciencia y Sociedad, vol. XXXVII. *Miguel René De La Cruz* , 67.

Delgado, V. (2012). *Estudio del Grado de Desarrollo de la Responsabilidad Social Corporativa a traves de las Memorias de Sostenibilidad y de las Audiencias en Televisión*. Logroño : Universidad de la Rioja.

Dominicana.gob.do. (2015). Retrieved Septiembre 28, 2016, from <http://www.gob.do/index.php/pais/instituciones/2014-12-16-20-43-50>

Fernández, R. (2009). *Responsabilidad social corporativa*. España: Editorial Club Universitario.

Gaete, R. (2012, Mayo 24). *La responsabilidad social aplicada al sector público*. Retrieved Septiembre 16, 2016, from <http://compartiendoexperienciauniversitaria.blogspot.com/2012/05/la-responsabilidad-social-aplicada-al.html>

Galuppo, R. (2001). *La Responsabilidad Social Empresarial y su efectors sobre la identidad corporativa de los trabajos de las empresas de telecomunicaciones*. Maracaibo: Universidad de Zulia.

García, G. (2015, Abril 10). *Vigilante Informativo*. Retrieved Octubre 26, 2016, from <http://vigilanteinformativo.com/index.php/panorama/nacionales/3574-republica-dominicana-ocupa-la-posicion-77-en-el-ranking-global-de-progreso-social>

Germosen, A. A. (2013, Mayo 02). *Escuela de Organizacion Industrial*. Retrieved Septiembre 25, 2016, from <http://www.eoi.es/blogs/mintecon/2013/05/02/responsabilidad-social-en-la-republica-dominicana/>

González, G. (2011, Agosto 4). Retrieved Septiembre 21, 2016, from <https://accionesocialbod.wordpress.com/2011/08/04/la-responsabilidad-social-definiciones-y-alcances-i/>

Jones, T. (1980). *Responsabilidad social de las empresas*. califonia: Management Review.

Jorge, E. (2013, Octubre 23). Responsabilidad social y buen gobierno empresarial. *Hoy Digital* .

Martínez, R. (2014). *La Responsabilidad Social Corporativa: Su Aplicación a las Empresas*. Valencia : Universidad Politécnica de Valencia.

Materán, R. (2011, Abril 26). *Gerencia Empresarial Responsabilidad Social Empresarial*. Retrieved Octubre 1, 2016, from <https://gerenciaempresarialrse.wordpress.com/clasificacion-y-tipos-de-responsabilidad-social-empresarial/>

Mercado Media Network. (2016, Marzo 18). Retrieved Octubre 07, 2016, from <http://www.revistamercado.do/app2/la-rse-en-republica-dominicana-avanza-con-pasos-firmes/>

Momberg, M. R. (2007). *Responsabilidad Social Empresarial, Como Ventaja Competitiva*. España: Universidad Técnica Federico Santa María.

Momberg, M. R. (2007, Septiembre). Responsabilidad Social Empresarial, como ventaja competitiva. 27.

Morrós, J., & Vidal, I. (2005). *Responsabilidad Social Corporativa*. Madrid: Fundación Confemetal.

Pérez, J. A. (2014). *Fundamentos de la Dirección de Empresas*. Madrid España: RIALP, S.A.

Rodríguez, A. (2005). *Cómo Hacer Responsabilidad Social Empresarial para la Gente*. Carasca: Editorial Texto C.A.

Sebastián, L. D. (2007). *Responsabilidad Social de la Empresa*. Madrid: Caritas Españolas.

Sierra, L. (2016, Marzo 14). La responsabilidad social empresarial, algo más que simple imagen. (E. L. Diario, Ed.) *Listin Diario* , p. 30.

Toro, D. (2006). *El enfoque estratégico de la responsabilidad social corporativa: revisión de la literatura académica* . España: Universitat Politècnica de Catalunya .

Trujillo, A. d. (2013). *Propuesta de Implementación de la Responsabilidad Social Empresarial, y su registro en el Sistema Contable en la Empresa CADITEX*. Cuenca : Universidad Politecnica Salesiana, Sede Cuenca.

Uroz Carreño, J. M., Plaza Úbeda, J. A., & De Burgos Jimenez, J. (2010). *Grupos de Interes y Gestion Deportiva: Un estudio aplicado al UD almeria*. Almeria: Editorial Universidad de Almeria.

World Business Council for Sustainable Development. (2004). Retrieved Septiembre 20, 2016, from <http://www.wbcsd.org>.

ANEXOS



Anexo 1. Anteproyecto



Anteproyecto del Trabajo Final para optar por el título de Maestría en el Programa de: Gerencia y Productividad

Título:

“Implementación de un programa de Responsabilidad Social y Corporativa, en una institución descentralizada del Gobierno. Caso: CONIAF Santo Domingo, año 2016.”

Postulante:

Nombre:

Arlennys E. Lizardo Vasquez

Matrícula

2014-2055

Asesora:

Edda Freites, MBA.

Santo Domingo, D. N.

08 Abril 2016

TEMA DEL PROYECTO

“Implementación de un programa de Responsabilidad Social y Corporativa, en una institución descentralizada del Gobierno. Caso: CONIAF Santo Domingo, año 2016.”

1. Selección y definición del tema

La presente investigación, tiene como finalidad el indagar a fondo sobre la Responsabilidad Social Corporativa, en una institución descentralizada del gobierno como es el caso de CONIAF. Con esta propuesta se busca el fomentar una cultura y conciencia social entre los directivos y los empleados de esta organización.

Por consiguiente se ha seleccionado el siguiente tema:

Implementación de un programa de Responsabilidad Social y Corporativa, en una institución descentralizada del Gobierno. Caso: CONIAF Santo Domingo año 2016

2. Problema de la Investigación

La responsabilidad Social Corporativa, es un concepto que ha tomado impulso en los últimos años, el mismo hace alusión a la relación de una organización con el ambiente en que se desenvuelve e interactúa. Dicho ambiente se encuentra mezclado entre interno y externo, los mismos se encuentran conformado por diferentes factores como son: Personal colaborador, socios, suplidores, clientes, entre otros integrantes.

Desde hace algunos años la sociedad, está requiriendo, que las organizaciones ejecuten una gestión integral en la que tanto los colaboradores internos como los externos puedan involucrarse.

La Responsabilidad Social Corporativa guía a un desarrollo eficaz de toda actividad productiva que realice la organización. En la actualidad, muchas de las empresas que existen en el mercado, se privan de devolver a la sociedad un poco de lo que obtienen de esta. Muchas conocen la importancia de la Responsabilidad Social, y es por ello que concentran todas sus actividades en mostrarse como una institución responsable con la intención de demostrar que son socialmente responsables. ¿Pero que se logra con esto?

La RSC no es algo que le impone a las empresas el realizar actividades fuera de lo común o de lo que no estén acostumbrados a realizar en el día a día, es todo lo contrario es una herramienta que le permite ganar lograr los objetivos que desean alcanzar.

Por lo general se tiene la idea y, es que una parte de la sociedad piensa que la Responsabilidad Social Corporativa posee una relación con el

medioambiente cuando una empresa está relacionada con un sector menos sensible o menos limpio.

En República Dominicana, se observa poco enfoque hacia una cultura en la cual las empresas se involucren en RSC, este es un tema que no se comenta en los noticieros, periódicos o programas de radios, porque no atraen la atención de un público. Pero a pesar de la desinformación en la cual vivimos este es un movimiento real.

Las empresas de nuestro país son una fuente de empleo, a la vez estas son un cimiento para la economía y desarrollo de la sociedad. Se tiene la dicha que algunas de estas empresas Dominicanas proporcionan una milla extra en el sentido que se involucran con la RSC. Un ejemplo de estas son Consejo Nacional de la Empresa Privada (CONEP), la Asociación Nacional de Jóvenes Empresarios (ANJE) y la American Chamber (AMCHAM), entre otras han creado un comité de Responsabilidad Social Empresarial.

En el sector público de nuestro país, son muy pocas las instituciones que se involucran con la RSC. Partiendo de la importancia que amerita la implementación de un programa en el cual se pueda involucrar a todo el sector público, se puede analizar que a través de él se podría obtener beneficios directos que vayan acorde con las estrategias corporativas de la misma.

La transparencia y honradez son un tesoro dentro de las organizaciones privadas como públicas, debido que fomentan e incitan un habiente de confianza entre organizaciones solidarias, políticos, empresas y la sociedad.

Debido al requerimiento que tiene en la actualidad el RSC, se toma como referencia a CONIAF, la misma es una empresa descentralizada del

Gobierno la cual patrocina a través de sus fondos actividades con el fortalecimiento e investigación Agropecuaria y Forestal.

Es por ello que busca dar un giro a favor de la sociedad, de sus empleados y gerentes. El de Inculcar en sus valores y objetivos estratégicos algo en el que los ayude con el fortalecimiento económico pero que al mismo tiempo fortalezca la calidad laboral y la conducta de los colaboradores.

En el marco de este planteamiento, Esta institución comprende que conviene insertar este patrón de compromiso social en su plan de negocios, y que el mismo debe comenzar por su público interno, para luego expandirse al externo. El ámbito de acción se centraría en aportes voluntarios, contribuir con la comunidad.

De lo anterior ante expuesto surge la interrogante de esta investigación. Acorde a la información recolectada a través de los estudios e indagaciones en este tema, Latinoamérica busca alcanzar a las grandes potencias mundiales en cuanto a Responsabilidad Social, incluso en República Dominicana todavía no se ha demostrado el interés que amerita este tema

2.1. Planteamiento de la Investigación

A través de los avances y la globalización, las organizaciones buscan hacer un cambio. Por lo cual CONIAF no desea quedarse rezagado, entienden que por la naturaleza de la institución podrán lograr ser una de las instituciones descentralizadas del gobierno que puedan aportar al cambio y crecimiento de RSC a nuestra nación.

¿Qué impide a CONIAF, implementar un programa de RSC en el cual los empleados sientan la motivación de involucrarse con este? En el periodo Septiembre – Mayo 2016

2.2. Sistematización

¿Cuál es la relación entre la Responsabilidad Social Corporativa y la identidad de CONIAF?

¿Qué tanto podría afectar que una institución descentralizada del Gobierno se vea vinculada con la Responsabilidad Social Corporativa?

¿Cuáles dificultades pudiera atravesar la Institución al querer incursionar en la Responsabilidad Social como un valor corporativo?

3. Objetivos de la Investigación

La presente propuesta busca obtener resultados directos e inmediatos, por lo cual se desea cumplir con los siguientes objetivos.

Objetivo General:

Evaluar la necesidad para la implementación del programa de Responsabilidad Social Corporativa como factor de cambio, según la naturaleza de CONIAF. Durante el periodo Septiembre – Diciembre 2016.

Objetivos Específicos:

- Identificar el grado de sensibilidad de CONIAF en la Responsabilidad Social Corporativa.
- Medir el factor de una propuesta de Responsabilidad Social Corporativa como método de desarrollo en CONIAF.
- Determinar el nivel de conciencia que poseen los empleados de CONIAF, sobre el valor de la Responsabilidad Social Corporativa.

4. Justificación de la Investigación

La Responsabilidad Social Corporativa, no es un tema que ha surgido recientemente, es un movimiento que poco a poco ha causado una revolución en el ámbito empresarial, ocupando una porción de los efectos ambientales, sociales y económicos, para luego integrarlos en los valores éticos, en la comunidad, las personas y en lo mas importante como lo es el medio ambiente. Durante los últimos años la Responsabilidad Social Corporativa a tomado fuerza dando un giro total hacia el cambio, centrándose en el programa estratégico que manejan en el diario vivir.

Literalmente se podría llegar a percibir que actualmente la RSC ha ganado un espacio importante en las agendas públicas o políticas de nuestro país, pero solo es conocida en la esfera del sector empresarial privado.

Estudios recientes han demostrado que cuando una institución aplica en su ética el manejo de RSC, responde a una buena reputación corporativa, esto aumentaría la demanda de una mejora de calidad de vida en la expectativa de los empleados internos y externos.

Tal como se ha venido plasmando en párrafos anteriores, la Responsabilidad Social Corporativa, se delimita de una tendencia estratégica de los negocios, esto solo ha podido ser comprendido por las grandes empresas privadas.

La trascendencia en últimos años del fenómeno RSC, trae consigo un prototipo de modificar, lo que se piensa en las instituciones públicas. Es por ello que el propósito principal de esta investigación es el de diseñar un programa destinado a promover dicho movimiento.

Las razones por la cual se desea implementar dicho programa es por el entorno en el cual se desenvuelve CONIAF y a la vez como un interés laboral; el cual busca sensibilizar a los colaboradores en la iniciativa de fomenta esta práctica dentro de la institución .

El fruto que se desea adquirir es el de lograr la aplicación de un Programa de Responsabilidad Social Corporativa en el Consejo Nacional de Investigaciones Forestales y Agropecuaria (CONIAF), así poder velar por el futuro que enmarca la productividad y beneficios para la institución.

A modo de conclusión, el futuro de esta institución o cual quiere otra que sea descentralizada del Gobierno, no solo radican en la productividad, en la calidad que puedan brindar de sus productos o servicios, sino también en su deseo de desarrollar una cultura que abarque la Responsabilidad Social Corporativa.

En este ámbito colaborar con esta institución significa un mayor motivación tanto para los colaboradores, como el departamento de Recurso Humanos y una mayor cohesión interna. Por lo cual se lograría inyectar valores y un sin número de beneficios.

5. Marco Referencial

Para darle un marco referencial a esta investigación, se desglosará a continuación el marco teórico el cual manifiesta la importancia de este tema, así como el conceptual explica los diversos conceptos que nos ayudaran a embarcarnos en esta propuesta, los cuales darán soporte a la misma.

➤ Marco Teórico

Cuando se discute el tema de Responsabilidad Social Corporativa, también se refiere a la Responsabilidad Social Empresarial, el criterio de estos términos hace mención a la aportación o contribución activa y de tipo espontaneo, para lograr una mejora en la sociedad, en la economía y en el medio ambiente.

El concepto en sí de Responsabilidad Corporativa, logra su primera aparición a principios del siglo XX, sin embargo, no es hasta mitad del mismo cuando toma fuerza sobre todo EE.UU. En ese entonces las empresas solo se concentraban en vender bienes y servicios, de una manera eficiente y eficaz, con el cual deseaban captar clientes y posicionarse en el mercado.

En la década de los años 50, es cuando las organizaciones empiezan a racionalizar acerca de la relación con el entorno y la sociedad. Durante los años 60s y 70s crecen los movimientos que indagan los distintos aspectos que identificaban el estilo de vida norteamericano. Los símbolos más importantes de estos movimientos fueron la contracultura y las movilizaciones en contra de la guerra de Vietnam. Durante este período se cuestionan las actividades de las empresas, a partir de las consecuencias sociales de sus acciones, principalmente las consecuencias de los procesos de producción y el incentivo de la cultura consumista.

“En los años 80 comienza a perder fuerza en Norteamérica y la idea que el bienestar y la calidad de vida deben de ser meta de todas las instituciones, incluidas las empresas, comienza a cobrar protagonismo. Esto solo fue hasta los años 90, cuando la idea de RSC y el empleo de ese nombre, logra ser protagonista dentro de la sociedad global.” (Ortiz-Arrieta, 2011)

“Durante las últimas décadas, la globalización ha ocasionado un aumento en el impacto que generan los diferentes tipos de organizaciones-incluyendo las del sector privado, ONG y gobiernos- en las comunidades y en el medio ambiente.” (Antecedentes históricos y tendencias actuales, 2012)

Las citas anteriores explican un poco de la evolución y es por ello que surge la inquietud ¿qué hay del sector Público? en las últimas décadas la aplicación o funcionamiento de la RSC en el sector publico no han tenido su mejor momento. Pero las empresas privadas, las comerciales y del sector industrial han evolucionado en este sentido de una forma muy rápida.

Momberg (2006) Dijo: “La Responsabilidad Social, integra la gestión empresarial, a la vez incorpora diversos valores éticos, programas diseñados para sustentar la toma de decisiones, esto implica que la visión empresarial se amplié.” (p. 10)

Vives & Peinados (2011) Expusieron: “En los últimos años la RSC ha tenido un rápido crecimiento, esto se produce debido al aumento de la globalización, el impulso de los medios informativos, la emersión de las grandes economías emergente y las redes sociales. Esto conlleva el incremento en la producción de bienes y servicios los cuales son fabricados y elaborados en circunstancias de descuido a los derechos laborales y al medio ambiente.” (p. 45)

De acuerdo con el estudio “La Responsabilidad Social Empresarial en la República Dominicana, que abarcó una muestra de 71 unidades productivas en nueve provincias y el Distrito Nacional, el 25% de las empresas estudiadas tiene un alto grado de adopción de RSE y el 28% avanza en esa dirección, traducándose esto en mejores prácticas e intervenciones sociales relacionadas con programas de desarrollo. Sin embargo, aunque algo más del 50% de estas entidades productivas realiza intervenciones sociales, todavía la RSE no ha pasado a ser un tema de la agenda nacional.” (Torres, 2008).

“En República Dominicana, algunas empresas han entablado dentro de su misión lo que son políticas, principios y valores de RSC. Algunos estudios realizados explican que algunas empresas se condicionan a servir de guía para adiestrar a otras en la inversión corporativa a lo que es la filantropía corporativa, o aun mas lejos el de mostrar datos sobre las inversiones o programas realizados. En la actualidad, se ha logrando una invasión a nivel nacional, a tal sentido que las principales empresas realizan sus grandes aportes a la sociedad.” (Michelén, 2015, p. 27)

➤ **Maco Conceptual**

- **Responsabilidad Social:**

- ✓ Social a la obligación/compromiso que los miembros de una determinada comunidad, sociedad, ya sea individualmente cada uno, o bien como parte de un grupo social, tendrán entre sí, así como también para con la sociedad o comunidad en su conjunto. (Definicion ABC)
- ✓ Es el compromiso, obligación y deber que poseen los individuos o miembros de una sociedad o empresa, voluntariamente, de contribuir para una sociedad más justa y por proteger el ambiente. (Significados.com, n.d.)

- **Responsabilidad Social Corporativa:**

- ✓ Es la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y ambientales en sus operaciones comerciales y en sus relaciones con sus interlocutores”, (Libro Verde, 2002).
- ✓ Es el conjunto de las acciones innovadoras de una organización, basadas en el cumplimiento de las leyes y en los valores éticos, para institucional un gobierno corporativo transparente que integre en las actividades en curso de la organización la generación de riqueza respetuosa de los derechos humanos con las responsabilidades sobre la sociedad y el medio ambiente. (Herrera, 2011)

- ✓ Es el compromiso que asume una empresa para contribuir al desarrollo económico sostenible por medio de colaboración con sus empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad, con el objeto de mejorar la calidad de vida. (Eumed.net Enciclopedia Virtual, 2006)

Compromiso Social:

- ✓ Es una labor social motivada en los principios de honorabilidad y voluntariedad, invirtiendo tiempo, dinero, ideas en un proyecto referido a necesidades de la sociedad que no son cubiertas por el estado o que éste lo realiza deficitariamente. (Quees.la)
- ✓ Consiste en involucrarse voluntariamente y profundamente con el bienestar de la humanidad en general. Una persona que pone en práctica esta actitud es capaz de superar la indiferencia y el individualismo para invertir su tiempo y sus capacidades en el bienestar de sus semejantes y en el mejoramiento de su entorno. (Meyhallin, 2009)

- **Sector Público:**

- ✓ Al conjunto que forman las corporaciones, las instituciones y las oficinas del Estado. Debido a que el Estado es una forma de organización de la sociedad, se entiende que aquello que es estatal es público, en el sentido de que no pertenece a una persona o una empresa sino que es propiedad de todos los habitantes. (Definicion.de)

- ✓ El sector público es la esfera de la economía en la que el estado tiene el principal protagonismo y se opone al sector privado, en el cual la iniciativa empresarial es el motor de la actividad económica. (Definicion ABC)
- ✓ Es un concepto que proviene de la Ciencia Económica. En general, se entiende por sector un conjunto de actividades económicas de un país, que presenta características peculiares y homogéneas. (Eumed, 2015)
- **Social:** Algo que se encuentra estrechamente vinculado con la sociedad, que pertenece a la misma o que tiene cierta relación. (Conceptos y Definiciones, 2011)
- **Compromiso Social:** Consiste en involucrarse voluntariamente y profundamente con el bienestar de la humanidad en general. (Meyhallin, 2009)
- **La Solidaridad Social:** La solidaridad es el valor sobre el cual se fundamentan las actitudes de conciencia y compromiso social. Este valor consiste en el reconocimiento de que la acción colectiva es la única vía para forjar un orden más justo de convivencia. (Meyhallin, 2009)
- **Organización Laboral:** En 1992, Weber, citado por Fernández-Río (1997). Es un grupo corporativo, siendo éste "una relación social que o bien está cerrada hacia afuera, o bien limitada mediante reglas y disposiciones de admisión de personas ajenas. (p. 6)

- **Grupos de interés o partes interesadas:** En 1997, Mitchell, citado por Carreño, Úbeda & Jiménez (2010) Son los beneficiados o perjudicados y cuyos derechos son violados o respetados por las acciones de la empresa u organización. (p. 40)
- **Sociedad:** agrupación natural o pactada de personas, que constituyen unidad distinta de cada uno de sus individuos, con el fin de cumplir, mediante mutua cooperación, todos o alguno de los fines de la vida. (Concepto de Sociedad, 2015)
- **Medio ambiente:** entorno físico natural, incluidos el aire, el agua, la tierra, la flora, la fauna y los recursos no renovables, tales como los combustibles fósiles y los minerales. (EcologiaHoy, 2011)

6. Aspectos Metodológicos

Diseño del Estudio

El trabajo a realizar será desarrollado mediante varios tipos de estudios, detallados a continuación.

Estudio Exploratorio: Es imprescindible indagar sobre el tema a investigar, reconocer si existieron o existen casos similares, de este modo se lograra un escenario cargado de diversas referencias argumentadas, así se lograra un enfoque en el problema en cuestión.

Descriptivo: Esto se lograra a través de entrevistas y cuestionarios, con los cuales se busca indagar sobre el conocimiento que poseen los empleados, conocer sus inquietudes y aportes. También el de implantar algunas variables que secunden una aclaración en el problema.

Explicativo: A través de este tipo de estudios, se buscara realizar verificación de la hipótesis planteada, también el poder señalar algunas circunstancias que se generen en el periodo de investigación.

Métodos a Utilizar

Observación: Este será empleado para poder obtener datos que ayuden en la interpretación del problema.

Inducción/Deducción: Se busca tener una visión general del tema de estudio. El objetivo es documentar ciertas experiencias, examinar temas o problemas poco estudiados, que aclaren el problema.

Análisis: Este ayudara a desglosar las causas y problemas dentro de la Institución, también se podrá verificar los datos recolectados.

Síntesis: se podrá enriquecer los datos obtenidos al igual que proponer una mejora.

Técnicas

Se trabajara con varias técnicas de investigación, las cuales estarán sustentados mediante libros, publicaciones, artículos, revistas, ensayos, los cuales serán como plataforma para documentar el análisis del tema. Además se realizara un análisis de campo, el cual estará basado en realizar entrevistas y cuestionarios dentro de CONIAF.

- **Entrevistas:** Se Aplicara esta técnica para obtener datos significativos de los empleados de la Institución CONIAF, los cuales permita aclarar preguntas y orientar la investigación al objetivo principal. Están serán realizadas a los supervisores de cada área, los cuales son cinco.

- **Cuestionarios:** Se realizarán cuestionarios de preguntas cerradas, tanto de selección múltiple como dicotómicas, así se podrá reunir informaciones relativas al tema de investigación. Se tomará una muestra de 15 empleados los cuales serán seleccionados en el transcurso del periodo.
- **Recopilación Documental:** Se reunirán datos precisos referentes al tema a tratar a través de las consultas de documentos, como libros, revistas, páginas web y los archivos a los que tenemos acceso en la empresa.

7. TABLA DE CONTENIDO

CAPÍTULO I: RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN EL SECTOR PÚBLICO

1.1. Definición

1.2. Antecedentes sobre Responsabilidad Social Corporativa.

1.2.1. Origen y Evolución de la Responsabilidad Social Corporativa

1.2.2. Incidencia de la Responsabilidad Social Corporativa en República Dominicana.

1.2.3. La Responsabilidad Social Corporativa en el Sector Público.

1.3. Modelos de comportamiento de la Responsabilidad Social Corporativa.

1.4. La Responsabilidad Social, Como valor corporativo.1.5. Teorías sobre las actuaciones de RSC

1.5. Incorporación de la RSC dentro de la estrategia empresarial.

1.6. Grupos de interés relacionados a la Responsabilidad Social Corporativa.

1.7. Clasificación y Tipos de Responsabilidad Social Corporativa.

1.7.1. Clasificación de la RSC.

1.7.2. Tipos de Responsabilidad Social Corporativa.

1.8. Alcances de la Responsabilidad Social Empresarial.

CAPÍTULO II: ANÁLISIS SOBRE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN EL CONSEJO NACIONAL DE INVESTIGACIONES AGROPECUARIAS Y FORESTALES (CONIAF) DURANTE EL PERIODO SEPTIEMBRE – DICIEMBRE 2016.

2.1. Origen e Historia

2.2. Aspectos corporativos

2.3. Servicios que ofrece la Institución

2.4. Servicios que ofrecen

2.5. Funciones

2.6. Plan Estratégico

2.6.1. Los objetivos Estratégicos

2.7. Situación Actual de CONIAF

2.8. Análisis de las Entrevistas Aplicadas

2.9. Análisis de cuestionarios Aplicados.

CAPÍTULO III: IMPLEMENTACIÓN DEL PROGRAMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA.

3.1. Introducción a la Propuesta

3.2. Objetivos

3.2.1. Objetivo General

3.2.2. Objetivos Específicos.

3.3. Propuesta del Programa de Responsabilidad Social Corporativa

3.3.1 Desarrollo de la Propuesta.

3.3.2. Implementación de la Propuesta

BIBLIOGRAFÍA

Concepto de Sociedad. (2015). Retrieved Septiembre 9, 2016, from <http://concepto.de/sociedad/>

Conceptos y Definiciones. (2011, Junio 30). Retrieved Septiembre 8, 2016, from <https://conceptosydefiniciones.wordpress.com/2011/06/30/definicion-de-social/>

Definicion ABC. (n.d.). Retrieved Febrero 23, 2016, from <http://www.definicionabc.com/social/responsabilidad-social.php>

Definicion ABC. (n.d.). Retrieved Febrero 23, 2016, from <http://www.definicionabc.com/politica/sector-publico.php>

Definicion.de. (n.d.). Retrieved Febrero 23, 2016, from <http://definicion.de/sector-publico/>

Drucker, P. (1999). Sobre la profesión del Management. In P. Drucker, Sobre la profesión del Management (p. 102). Barcelona.

EcologiaHoy. (2011, Enero 22). Retrieved Septiembre 9, 2016, from <http://www.ecologiahoy.com/definicion-de-medio-ambiente>

El Economista. (n.d.). Retrieved Febrero 24, 2016, from <http://www.ecored.org.do/download/Reportaje%20RepDominicana9%20El%20Economista.pdf>

El Observador Economico. (2011, Mayo 29). Evolución del concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) . Managua, Nicaragua: Fundación Internacional para el Desafío Económico Global - FIDEG.

Eumed. (2015, Enero 15). Retrieved Febrero 23, 2016, from <http://www.eumed.net/diccionario/definicion.php?dic=3&def=477>

Eumed.net Enciclopedia Virtual. (2006, Septiembre). Retrieved Septiembre 10, 2016, from <http://www.eumed.net/libros-gratis/2008c/436/Concepto%20de%20responsabilidad%20social%20empresarial.htm>

Fernández-Rios, M., & S. J. (1997). Eficacia organizacional: concepto, desarrollo y evaluación. Madrid: Ediciones Díaz de Los Santos, S.A.

Fumero, A. (2007). Web 2.0. Madrid: Fundación Orange España.

Herrera, H. M. (2011). Responsabilidad social y ética empresarial. Bogota: Ecoe Ediciones .

Mercado, R. (2009). La RS en el Empresariado Dominicano. Revista Mercado , 61-88.

Meyhallin. (2009, Noviembre 13). Responsabilidad y Compromiso Social. Retrieved Septiembre 8, 2016, from <http://meyhallin-educacion.blogspot.com/>

Meyhallin. (2009, Noviembre 13). Retrieved Febrero 23, 2016, from <http://meyhallin-educacion.blogspot.com/>

Michelén, J. E. (2015, Marzo). Innovacional. SEGUNDO ESTUDIO DE PERCEPCIÓN DE LA RESPONSABILIDAD . República Dominicana: [http://www.innovacional.com/uploads/1/8/1/5/18151627/segundo_estudio_\(pucmm\).pdf](http://www.innovacional.com/uploads/1/8/1/5/18151627/segundo_estudio_(pucmm).pdf).

Momberg, M. R. (2006, Septiembre). Responsabilidad Social Empresarial (RSE) Como Ventaja Competitiva. Chile.

Quees.la. (n.d.). Retrieved Febrero 23, 2016, from <http://quees.la/compromiso/>

Responsabilidad Social . (2012, Mayo). Retrieved Febrero 24, 2016, from <http://responsabilidadsocialempresarial1.blogspot.com/2012/05/antecedentes-historicos-y-tendencias.html>

Significados. (n.d.). Retrieved Febrero 23, 2016, from <http://www.significados.com/responsabilidad-social/>

Torres, A. (2008, Octubre). Estudio revela que el país está rezagado en Responsabilidad Social Empresarial. Retrieved Febrero 24, 2016, from Dominicana Online: http://www.dominicanaonline.org/portal/espanol/cpo_noti1193.asp

Vives, A., & Peinado, V. E. (2011). Responsabilid Social de la Empresa .
In La Responsabilidad Social de la Empresa en America Latina (p. 45).
Washington, D.C: Publicación del Banco Interamericano de Desarrollo.

[illegible]

9. Presupuesto Estimado

Para realizar esta investigación, es necesario incurrir en algunos gastos, de los cuales son desglosados más adelante, los mismos son durante el periodo Septiembre-Diciembre 2016.

Partidas por actividad	Importe
Inscripción trabajo de tesis	\$18,000.00
Transporte (Gasolina + Pasaje Carro publico)	\$13,000.00
Comunicación (Factura Móvil + Internet Residencial)	\$10,000.00
Equipos (computadora, celular, USB)	\$20,000.00
Material gastable (papel, copias, lapiceros , empastado, Otros)	\$4,800.00
Presentación de tesis	\$3,000.00
Imprevistos	\$4,000.00
Total	RD\$ 72,800.00

10. Anexos

ENTREVISTA

1. ¿Cual puesto desempeña?
2. ¿Desde hace que tiempo trabaja en CONIAF?
3. ¿Qué entiende usted por Responsabilidad Social Corporativa?
4. ¿Cuál es la opinión de la Institución sobre RSC?
5. ¿En algún momento la Institución ha comentado al personal, el de involucrase con la RSC.?
6. ¿A usted como encargado de un Departamento, le resultaría agradable que la institución se involucre en algún programa de RSC?
7. ¿Entiende que si se implementa un programa de RSC, pudiera resultar Negativo o positivo para la Institución?
8. ¿Considera usted que contar con un plan RSC puede favorecer en la productividad de la empresa?
9. ¿Cuales actividades le gustaría proponer a la institución?

CUESTIONARIO

Seleccione la respuesta acorde a su criterio:

- 1) Sexo
 - a) **Masculino**
 - b) **Femenino**
- 2) Edad
 - a) **20-30**
 - b) **30-40**
 - c) **40-50 años**
 - d) **50 - Más**
- 3) ¿Qué tiempo tiene laborando en la Institucion?
 - a) **0-6 meses**
 - b) **7-12 meses**
 - c) **1-5 años**
 - d) **5 años – Más**
- 4) ¿Tiene usted, conocimientos de Responsabilidad Social Coporativa?
 - a) **Si**
 - b) **No**
 - c) **Un Poco**
- 5) ¿Le gustaria recibir Charlas o Talleres informativos de Responsabilidad Social Corporativa?
 - a) **Si**
 - b) **No**
 - c) **Tal vez**
- 6) ¿Le gustaria que CONIAF, se involucre con la RSC?
 - a) **Si**
 - b) **No**
 - c) **Tal vez**
- 7) En caso de decir si, ¿se atreveria usted a proponer alguna actividad, para que la institucion se involucre con la RSC?
 - a) **Si**
 - b) **No**
 - c) **Tal vez**
- 8) De las Siguientes áreas. En cuales le gustaria que CONIAF implementara la RSC?
 - a) **Salud**
 - b) **Forestación**
 - c) **Educación**
 - d) **Motivación y Educación**
 - e) **otras. Diga Cuales** _____
- 9) ¿Considera usted que contar con un plan RSC puede impactar en la productividad de la empresa?
 - a) **Si**
 - b) **No**
 - c) **Tal vez**

10) Si la Institución adopta un plan de RSC, usted como colaborador se identificaría con este?

a) Si b) No c) Tal vez

11) A su criterio. ¿Cuál es la razón por la cual CONIAF debe ser socialmente Responsable?

- e)** Porque, puede ayudar en un incremento de los beneficios de la Institución.
- f)** Desarrolla los niveles de, propiedad, compromiso, satisfacción y lealtad de los empleados.
- g)** Fomenta el impacto de la cultura Laboral.
- h)** Porque existe una mejor relación con el ambiente y aumenta la influencia de la Institución con la sociedad.

Anexo 2. Autorización de CONIAF



SOLICITUD Y AUTORIZACIÓN EMPRESARIAL PARA REALIZACIÓN DE TRABAJO FINAL

Yo, Arlennys Elizabeth Lizardo Vásquez, cédula 223-0084970-4, matrícula de la Universidad APEC 2014-2055, estudiante de término del programa de Maestría en Gerencia y Productividad, cursando la asignatura de trabajo final, solicita la autorización de (nombre de la empresa) para realizar mi trabajo final sobre (nombre o título de la investigación) y acceder a las informaciones que precisaré para este fin.

Este trabajo tiene por objetivo aportar en Implementación de un programa de un Programa de Responsabilidad Social Corporativa, en una institución descentralizada del Gobierno

Arlennys E. Lizardo (Firma)

Yo, Juan M. Chavez (nombre de quien autoriza)
Director, (cargo que ocupa), cédula 012-0076549-3, autoriza a realizar el trabajo final arriba señalado y que el mismo podrá:

- ☒ Utilizar el nombre de la empresa ☐ Utilizar un pseudónimo
- ☒ Ser expuesto ante compañeros, profesores y personal de la Universidad APEC
- ☒ Incluido dentro del acervo de la Biblioteca de UNAPEC
- ☒ Aplicado en el área correspondiente dentro de la empresa si responde a las necesidades diagnosticadas.



Juan M. Chavez (Firma y sello)

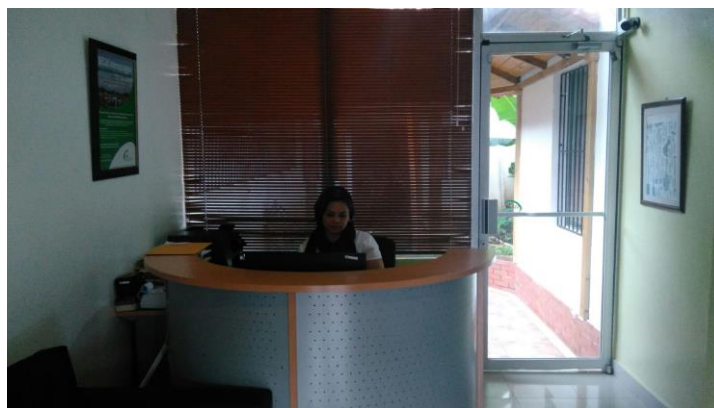
Anexo 3. Imágenes



Entrevista: Encargada del Departamento de Recursos Humanos



Entrada Consejo Nacional de Investigaciones Agropecuarias y Forestales



Recepción



Salón de Conferencias