



Religación
Press

LA IMPORTANCIA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN UNA AGENCIA AGRARIA

Lucila Paulina Rosas Pozo
Groover Valenty Villanueva Butrón
José Felipe Villanueva Butrón
Freddy William Castillo Palacios

Colección Administración

La importancia de la Responsabilidad Social en una Agencia Agraria

Lucila Paulina Rosas Pozo
Groover Valenty Villanueva Butrón
José Felipe Villanueva Butrón
Freddy William Castillo Palacios

Religación **P**ress

Administration Collection

The importance of Social Responsibility in an Agricultural Agency

Lucila Paulina Rosas Pozo
Groover Valenty Villanueva Butrón
José Felipe Villanueva Butrón
Freddy William Castillo Palacios

Religación **P**ress

Religación Press

Equipo Editorial / Editorial team

Eduardo Díaz R. Editor Jefe

Roberto Simbaña Q. | Director Editorial / Editorial Director |

Felipe Carrión | Director de Comunicación / Scientific Communication Director |

Ana Benalcázar | Coordinadora Editorial / Editorial Coordinator|

Ana Wagner | Asistente Editorial / Editorial Assistant |

Consejo Editorial / Editorial Board

Jean-Arsène Yao | Dilrabo Keldiyorovna Bakhronova | Fabiana Parra | Mateus

Gamba Torres | Siti Mistima Maat | Nikoleta Zampaki | Silvina Sosa

Religación Press, es parte del fondo editorial del Centro de Investigaciones CICHSHAL-RELIGACIÓN | Religación Press, is part of the editorial collection of the CICHSHAL-RELIGACIÓN Research Center |

Diseño, diagramación y portada | Design, layout and cover: Religación Press.

CP 170515, Quito, Ecuador. América del Sur.

Correo electrónico | E-mail: press@religacion.com

www.religacion.com

Disponible para su descarga gratuita en | Available for free download at | <https://press.religacion.com>

Este título se publica bajo una licencia de Atribución 4.0 Internacional (CC BY 4.0)

This title is published under an Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) license.



La importancia de la Responsabilidad Social en una Agencia Agraria

The importance of Social Responsibility in an Agricultural Agency

A importância da responsabilidade social em uma agência agrícola

Derechos de autor Copyright:	Religación Press© Lucila Paulina Rosas Pozo©, Groover Valenty Villanueva Butrón©, José Felipe Villanueva Butrón©, Freddy William Castillo Palacios ©
Primera Edición: First Edition:	2024
Editorial: Publisher:	Religación Press
Materia Dewey: Dewey Subject:	351 - Administración pública
Clasificación Thema: Thema Subject Categories	KJJ - Empresa y medio ambiente, estrategias verdes de negocio / KJMB - Gestión: liderazgo y motivación
BISAC:	BUS008000: BUSINESS & ECONOMICS / Development / Sustainable Development
Público objetivo: Target audience:	Profesional / Académico Professional / Academic
Colección: Collection:	Administración
Soporte/Formato: Support/Format:	PDF / Digital
Publicación: Publication date:	2024-11-19
ISBN:	978-9942-664-55-6

Nota: el libro retoma y amplía, por un grupo de investigadores, lo mostrado en la tesis "Responsabilidad Social de la Agencia Agraria del Chira – Sullana, 2014" presentada ante la Universidad César Vallejo por Lucila Paulina Rosas Pozo en 2014.

Note: the book takes up and expands, by a group of researchers, what was shown in the thesis "Responsabilidad Social de la Agencia Agraria del Chira – Sullana, 2014" presented to the Universidad César Vallejo by Lucila Paulina Rosas in 2014.

APA 7

Rosas Pozo, L. P., Villanueva Butrón, G. V., Villanueva Butrón, J. F., y Castillo Palacios, F. W. (2024). *La importancia de la Responsabilidad Social en una Agencia Agraria*. Religación Press. <https://doi.org/10.46652/ReligacionPress.218>

[Revisión por pares]

Este libro fue sometido a un proceso de dictaminación por académicos externos (doble-ciego). Por lo tanto, la investigación contenida en este libro cuenta con el aval de expertos en el tema quienes han emitido un juicio objetivo del mismo, siguiendo criterios de índole científica para valorar la solidez académica del trabajo.

[Peer Review]

This book was reviewed by an independent external reviewers (double-blind). Therefore, the research contained in this book has the endorsement of experts on the subject, who have issued an objective judgment of it, following scientific criteria to assess the academic soundness of the work.

Sobre los autores/ About the authors

Lucila Paulina Rosas Pozo

Universidad César Vallejo | Piura | Perú

<https://orcid.org/0009-0005-0406-5789>

lurosaspo@ucvvirtual.edu.pe

plucilarosaspozo@gmail.com

Economista por la Universidad Nacional de Piura y Máster en Gestión Pública por la Universidad César Vallejo en Piura Perú. Docente de SUBE en Universidad César Vallejo de Piura desde el 2013

Groover Valenty Villanueva Butrón

Universidad César Vallejo | Piura | Perú

<https://orcid.org/0000-0002-5195-1784>

gvillanuevabu@ucv.edu.pe

Ingeniero Industrial con especialidad en Administración de Operaciones, Maestría en Economía y Doctorado en Administración. Más de 23 años como docente en pre y posgrado de universidades nacionales y privadas del Perú.

José Felipe Villanueva Butrón

<https://orcid.org/0000-0003-2651-5806>

Universidad Privada Antenor Orrego – Filial Piura | Piura | Perú

jvillanuevab2@upao.edu.pe

Doctor en Administración por UAP, Maestro en Derecho Civil por UPAO, Abogado por la Universidad Nacional de Piura, docente universitario de pre y post grado.

Freddy William Castillo Palacios

Universidad César Vallejo | Piura | Perú

<https://orcid.org/0000-0001-5815-6559>

fcastillop@ucv.edu.pe

Docente asociado UCV Piura. Doctor en Ciencias Administrativas (UNP), Doctor en Gestión Pública y Gobernabilidad (UCV), Máster en Innovación de los procesos en la gestión pública (Universitat Politècnica de Valencia-España), Magíster en Gerencia Social (PUCP), Licenciado en Ciencias Administrativas (UNP), Abogado (USS).

Resumen

El libro representa un estudio de tipo cuantitativo, no experimental, descriptivo y transversal, con el objetivo de evaluar la Responsabilidad Social de la Agencia Agraria del Chira – Sullana en 2014. Se analizan cinco dimensiones: ética empresarial, calidad de vida laboral, impacto ambiental, compromiso comunitario y marketing responsable. Se aplicó una encuesta a los 15 trabajadores públicos de la agencia en julio del año 2014. Los resultados indican que la agencia no actúa con Responsabilidad Social, a pesar de ser una entidad pública. Se sugiere establecer programas de inducción y sensibilización para mejorar la actuación en Responsabilidad Social, promoviendo mejores condiciones para todos los involucrados.

Palabras claves:

Responsabilidad Social; ética empresarial; calidad de vida; impacto sobre el medio ambiente; comunidad; marketing responsable

Abstract

The book represents a quantitative, non-experimental, descriptive and cross-sectional study, with the objective of evaluating the Social Responsibility of the Chira - Sullana Agrarian Agency in 2014. Five dimensions are analyzed: business ethics, quality of work life, environmental impact, community commitment and responsible marketing. A survey was applied to the 15 public workers of the agency in July 2014. The results indicate that the agency does not act with Social Responsibility, despite being a public entity. It is suggested to establish induction and awareness programs to improve the performance in Social Responsibility, promoting better conditions for all involved.

Keywords:

Social Responsibility; business ethics; quality of life; environmental impact; community; responsible marketing.

Resumo

O livro representa um estudo quantitativo, não experimental, descritivo e de corte transversal, com o objetivo de avaliar a Responsabilidade Social da Agência Agrária Chira - Sullana em 2014. São analisadas cinco dimensões: ética empresarial, qualidade de vida no trabalho, impacto ambiental, compromisso com a comunidade e marketing responsável. Uma pesquisa foi aplicada aos 15 funcionários públicos da agência em julho de 2014. Os resultados indicam que a agência não atua com Responsabilidade Social, apesar de ser uma entidade pública. Sugere-se o estabelecimento de programas de indução e conscientização para melhorar o desempenho em Responsabilidade Social, promovendo melhores condições para todos os envolvidos.

Palavras-chave:

Responsabilidade social; ética empresarial; qualidade de vida; impacto ambiental; comunidade; marketing responsável.

Contenido

[Peer Review]	6
Sobre los autores/ About the authors	8
Resumen	10
Abstract	10
Resumo	11
Capítulo 1	18
Capítulo 2	33
Capítulo 3	42
Capítulo 4	57
Referencias	64

Tablas

Tabla 1. Operacionalización de las variables	34
Tabla 2. Variable Responsabilidad Social de la Agencia Agraria del Chira Sullana 2014	35
Tabla 3. Definición operacional: compromiso con la comunidad y marketing	36
Tabla 4. Ética empresarial en la agencia agraria del Chira – Sullana	43
Tabla 5. Calidad de vida laboral en la agencia agraria del Chira – Sullana	45
Tabla 6. Impacto de las operaciones en el medio ambiente de la Agencia agraria del Chira Sullana	48
Tabla 7. Compromiso con la comunidad de la agencia agraria del Chira Sullana	50
Tabla 8. Marketing de la agencia agraria del Chira Sullana	52
Tabla 9. Promedios de resultados. Aplicación de la responsabilidad social de la agencia agraria del Chira – Sullana, 2014	54

Figuras

Figura 1. Ética empresarial en la agencia agraria del Chira – Sullana 44

Figura 2. Calidad de vida laboral en la agencia agraria del Chira – Sullana 46

Figura 3. Impacto de las operaciones en el medio ambiente de la Agencia agraria del Chira Sullana 49

Figura 4. Compromiso con la comunidad de la agencia agraria del Chira Sullana 51

Figura 5. Marketing responsable de la agencia agraria del Chira Sullana 53

La importancia de la Responsabilidad Social en una Agencia Agraria

Capítulo 1

Responsabilidad Social en la Agencia Agraria: Perspectivas y Retos

Orígenes y Evolución del Concepto de Responsabilidad Social

Cueto y Cuesta (2019), establecen que durante los últimos años más allá de las múltiples propuestas y definiciones del concepto de responsabilidad social existentes en la literatura, una de las principales certezas del mismo es su origen empresarial en cuanto a su principal ámbito de origen y aplicación, el cual se ha ido extendiendo paulatinamente hacia otro tipo de organizaciones tales como las universidades, Organismos Internacionales, ONG's y Administraciones Públicas como la organización que hemos elegido como es la Agencia Agraria del Chira, que pertenece a la Dirección del Ministerio de Agricultura adscrito al Gobierno Regional de Piura; menciona un punto muy importante y resume los principales ejes alrededor de los cuales debe girar la nueva actitud de la organización hacia su entorno social relacionada con la responsabilidad social, y que en principio y a su criterio deben ser cuatro:

1. Facilitar la participación de los ciudadanos en la toma de decisiones organizacionales que los afectan;
2. Detección y satisfacción de aquellas preocupaciones o expectativas sociales relacionadas con la actividad de la organización y sus impactos;
3. Recabar la evaluación de las partes interesadas, respecto del desempeño organizacional en las distintas dimensiones de la responsabilidad social, como parte de su rendición de cuentas.
4. Responder a las reivindicaciones de la sociedad civil o adelantarse a ellas, con lo que las organizaciones que deseen

ser consideradas socialmente responsables necesariamente deben estar atentas a los cambios sociales y las principales problemáticas de cada sociedad.

Así, el modelo de responsabilidad social de acuerdo con Valbuena & Monfort (2020), se relaciona con una serie de aspectos relevantes, que es posible resumir entre otros factores en:

- Relación con los stakeholders. Preocupación de la organización por conocer quiénes son las personas, grupos e instituciones afectados o interesados en el quehacer institucional, estableciendo redes de colaboración y aprendizaje mutuo.
- Rendición de cuentas. Disposición por parte de la sociedad en general y los stakeholders en particular, de información relevante sobre las acciones y recursos destinados por la organización para responsabilizarse por los impactos que genera.
- Gestión de impactos organizacionales. Preocupación por responsabilizarse por los efectos que tiene el quehacer institucional en el entorno y la sociedad en general.
- Garantía de los derechos universales. Incorporación al funcionamiento y cultura organizacional del respeto por los derechos humanos, laborales y medioambientales.
- Desarrollo sostenible. Esfuerzos tendientes a alcanzar un desarrollo humano que no solo considera las necesidades actuales sino también las de las generaciones futuras.

La Nueva Gestión Pública y su Enfoque en la Responsabilidad Social

Es importante recordar que la nueva gestión pública entre otros muchos aspectos se relaciona con una reconsideración de las relaciones del Estado con la ciudadanía, con un proceso de reinversión del gobierno para mejorar el desempeño y aumentar la transparencia y la responsabilidad de las administraciones públicas, un rediseño del sector público alineándolo con el privado mediante la introducción de técnicas de gestión privada, o con un cambio en el modo como son gerenciados, operados y supervisados los diferentes organismos gubernamentales (Flores et al., 2023).

Estableciendo esta coyuntura, es importante que todos los sectores públicos se alineen con la gran transformación en cuanto al rol que no solo debe ser promotor sino de un efectivo desarrollo ejecutor de lo que hoy conocemos como Responsabilidad Social, por ello es que se realizará la investigación en la Agencia Agraria del Chira en Sullana que pertenece a la Dirección Regional Agraria-Piura, la misma que se apertura en nuestra ciudad en el año de 1969 con la finalidad de contribuir e incrementar la productividad y rentabilidad de la agricultura, a fin de hacer más competitivo al productor agrario en el mercado Nacional e Internacional.

La Dirección Regional Agraria Piura para desarrollar sus actividades sectoriales, cuenta con 7 Agencias Agrarias; Piura, Chira, Chulucanas, San Lorenzo, Ayabaca, Huarmaca y Huancabamba. Asimismo, coordina sus acciones con las Autoridades Locales del Agua y con otros organismos descentralizados del Ministerio de Agricultura: como SENASA, INRENA, INIA.

La Dirección Regional Agraria Piura, así como las otras direcciones regionales agrarias a nivel nacional, afrontan el problema de la dualidad de articulación: por un lado, a nivel técnico normativo depende del Ministerio de Agricultura (MINAG) y, por otro lado, a nivel administrativo-presupuestario depende del Gobierno Regional de Piura.

Los organismos públicos descentralizados (SENASA, INRENA, INIEA) con oficina en Piura operan en el ámbito del departamento sin mayor coordinación con la Dirección Regional Agraria Piura, ya que en los hechos responden a directivas emanadas de su sede central en Lima, generando en muchos casos paralelismo con el quehacer de la Dirección Regional Agraria Piura, por lo que actúan con autonomía técnica, administrativa y económica

Los programas de nivel nacional (PETT, PSI, PRONAMACHS) con oficina en Piura, de manera similar operan en el ámbito del departamento sin mayor coordinación con la Dirección Regional Agraria Piura, ya que en los hechos responden también a directivas emanadas de su sede central en Lima, generando igualmente en muchos casos paralelismo con el que hacer de la DRAP. También actúan con autonomía técnica, administrativa y económica.

De acuerdo al Plan estratégico de la Dirección Regional Agraria Piura, las Agencias Agrarias tienen las siguientes debilidades y que constituye los factores que hacen a las unidades sociales y sus medios susceptibles; factores que limitan el desarrollo del sector agrario piurano:

1. Capacidades limitadas de los productores del sector agrario para el cambio tecnológico y generacional.

2. Cédulas de cultivos concentrados en pocos cultivos.
3. Minifundio generalizado.
4. Débil organización de las asociaciones agrarias, juntas de usuarios y comunidades campesinas.
5. Deficiente gestión de las cuencas que permiten la colmatación de los reservorios
6. Sector público agrario desarticulado y con recursos limitados.
7. Red vial rural inadecuada y servicios portuarios y aeroportuarios deficientes.
8. Sistema de riego y drenaje deficiente con mecanismos inadecuados de operación y mantenimiento.
9. Servicios de asistencia técnica, gestión e información agraria limitada.
10. Carencia de liderazgo y valores deteriorados en los actores del sector agrario

Como podemos ver en los puntos 6, 9 y 10, existen series de deficiencias que son atribuibles a no trabajar dentro del ámbito de la Responsabilidad Social y que realizando el estudio propuesto, podremos establecer estrategias que nos permitan transformar las debilidades en fortalezas.

Desafíos y Limitaciones en la Agencia Agraria del Chira–Sullana

En la Agencia Agraria del Chira–Sullana se ha observado que falta establecer una mejor Calidad de Vida Laboral, porque no se da un reconocimiento con respecto a los sacrificios o logros de las áreas o equipos de trabajo en el cumplimiento de las metas; se ve normalmente un espíritu de resaltar solamente las dificultades o problemas de los equipos; esto hace que no exista o se de mensajes que motiven al personal.

No existe un Compromiso con la Comunidad, toda vez que nos quedamos aislados entendiendo de manera diferente las funciones propias de nuestra organización, algo que debemos solucionar porque no tenemos socios estratégicos que nos puedan ayudar en el desarrollo y ejecución de nuestras tareas y competencias. Otros de los temas dentro de nuestra oficina es que se han desmembrado las funciones propias del Ministerio de Agricultura, por lo que se ha perjudicado el avance de nuestro sector agrario, muchas veces se tiene que descuidar una actividad, por otras que encomiendan, y se trabaja en función a prioridades y a encargos especiales determinados por la jerarquía funcional y organizacional.

La carga de trabajo no está distribuida adecuadamente, hay colaboradores que soportan más carga, la razón es por estar ubicados en áreas críticas donde la demanda del servicio que brindamos no se puede predecir y no está de acuerdo a la necesidad específica de los requerimientos del sector agrario.

En este sentido, la Agencia Agraria del Chira – Sullana como muchas organizaciones públicas deben ser el ente que pregone con el

ejemplo, y establecer lo que hoy se considera ser una organización de éxito, la misma que está en función de la Ética, mejora continua en la Calidad de Vida del trabajador, de tener en cuenta el impacto en el medio ambiente, de establecer el Compromiso con la Comunidad y ejercer un Marketing Responsable; por lo que se requiere de una profunda transformación que garantice nuestra consolidación como una organización pública que trabaja con Responsabilidad Social.

Entonces nos planteamos el problema existente: ¿La Agencia Agraria del Chira–Sullana actúa dentro del ámbito de su competencia con Responsabilidad Social? Por lo que buscamos entonces Determinar si se aplica Responsabilidad Social en la Agencia Agraria del Chira–Sullana 2014, a través de evaluar la Ética, determinar la Calidad de Vida Laboral, examinar su posición con respecto al Medio Ambiente, su identificación con el Compromiso con la Comunidad y definir el tipo de Marketing de la Agencia Agraria del Chira–Sullana 2014.

Mora y Serrano (2024), establecen diferentes apreciaciones la estrategia de RSE, sin embargo, existen ciertas realidades que no se pueden negar: Globant, consciente o inconscientemente, ha tenido prácticas o formas de gestión relacionadas a la RSE desde un principio, y ha logrado montar un área de RSE pudiendo así optimizar estas prácticas y crear nuevas.

Hay quienes sostienen que la RSE es sólo una cuestión marketera para darle fama a la empresa o para descontarse impuestos. La RSE es más que una herramienta de gestión para lograr ciertos objetivos, este concepto está más relacionado a una filosofía de vida y a fines de largo plazo que son claros y concisos, y que en definitiva se corresponden a una sola meta, la sustentabilidad del mundo tal y

como lo conocemos (Canizales, 2021).

De todas maneras, las opiniones contrapuestas se pueden explicar por varios factores, principalmente: cuál es el bagaje sociocultural que traen los trabajadores al momento de ingresar a la organización, cuáles son sus expectativas respecto a ésta y cómo se desarrolla el proceso de comunicación dentro de la empresa en cada uno. La construcción de significaciones puede ser muy amplia, y mientras un glober cree que puede llegar lejos siendo parte de una organización honesta con una misión clara, otro sólo considera que trabaja para una empresa egoísta que cuida sus propios intereses y que tiene creado todo un artificio de “buenas prácticas” sólo para engañar a sus grupos de interés (López, 2021).

Benavides y Villanueva (2019), manifiestan que en la actualidad se abre un espacio para el debate de diversos aspectos en relación a la responsabilidad social empresarial, siendo su principal objetivo la discusión del cumplimiento de las leyes laborales frente a la voluntariedad de la responsabilidad social empresarial como herramienta de gestión al interior de la firma.

La definición de la responsabilidad social empresarial como la realización de acciones, políticas y programas que van más allá de la ley, transforma el carácter meramente voluntario que se le atribuye (Rosero-Peña & Flores-Batallas, 2018). Si bien es cierto, la empresa puede llevar a cabo prácticas en beneficio de la sociedad que no son de carácter obligatorio, ésta tiene el deber de ser responsable en su rol como empleadora, cumpliendo a cabalidad las leyes laborales y constitucionales para con sus trabajadores (Da Costa, & Goicochea, 2022).

A raíz del desarrollo de los diversos temas laborales, podemos inferir que una parte importante de la responsabilidad social empresarial ya se incluye en la legislación vigente. Sin embargo, al indagar en la situación chilena y analizar las entrevistas que nos fueron proporcionadas por los distintos expertos en materia laboral, deducimos la carencia de una regulación jurídica detallada con respecto a temas elementales, lo que genera la desprotección del trabajador en aspectos tales como el acoso moral, el asedio sexual, la discriminación, el derecho a la privacidad, los contratos atípicos, entre otros asuntos (Severino-González et al., 2020). A esto se suma la falta de una fiscalización completa y eficaz por parte del Estado y de los organismos correspondientes, por lo que el incumplimiento sector empresarial en diversos aspectos llega a ser grave y frecuente (Ayala del Pino, 2021).

Los actuales problemas laborales en Chile se originan básicamente por la falta de conciencia de algunos empleadores, al no considerar en plenitud el carácter humano del trabajador, con sus respectivas necesidades, no tan sólo de tipo pecuniario, sino también de fomentar su desarrollo integral, promoviendo su libertad, igualdad, seguridad y dignidad personal (Santa Fajardo et al., 2021).

La empresa como ente social activo, incide directamente en la situación económica nacional, por lo que su impacto en las problemáticas como el desempleo y la distribución del ingreso debieran constituir una preocupación fundamental y constante de los empresarios en sus procesos de toma de decisiones (Sosa et al., 2020).

Finalmente, podemos concluir que, para considerar a una empresa socialmente responsable, ésta debe serlo en primera instancia

para con sus trabajadores, cumpliendo la totalidad de la legislación vigente y generando condiciones laborales óptimas que permitan el logro del desarrollo de nuestro país en pos de un trabajo decente

Zurita et al. (2020), se enfocan al análisis del concepto de Responsabilidad Social incorporado a la gestión organizacional. En dicho proceso se incorporan valores éticos, políticas y programas diseñados para sustentar la toma de decisiones, ampliando la visión empresarial de lo estrictamente económico a la preocupación por el impacto de estas en su entorno social y natural.

La Responsabilidad Social aparece en respuesta a los cambios económicos y sociales observados dentro del proceso de globalización, en que se visualiza un nuevo concepto de negocio, que viene a responder las exigencias que la sociedad y el mercado hacen a la empresa (Echeverría-Ríos et al., 2018). Este proceso lleva a que se incorpore una serie de reglas en forma voluntaria, bajo las cuales se crea un compromiso con la comunidad y el entorno, traduciéndose estas en un nuevo paradigma el que introducido a la gestión empresarial se presenta como una fuente de ventaja competitiva por sobre las empresas que operan en el mercado (Castaño & Arias-Sánchez, 2021).

Entonces, para explicar la ventaja que representa la Responsabilidad Social Empresarial, el análisis de su competitividad se divide en tres partes, siendo la primera introductoria a los conceptos básicos de ésta nueva herramienta de gestión, la segunda parte se enfoca a las motivaciones que mueven a la empresa a incorporar este concepto.

En consecuencia, la adhesión a este enfoque empresarial se convierte en una ventaja competitiva, que no sólo beneficia a la

empresa, sino que también a la sociedad en su conjunto. Por todos estos aspectos es que se concluye que la Responsabilidad Social Empresarial como nuevo paradigma de gestión representa una fuente de ventaja competitiva para las empresas (Arévalo & Escobar, 2018).

El eje fundamental que constituye la implementación de la RSE son los valores, la transparencia y la gobernabilidad, ya que son catalogados como un grupo de interés mediante el cual la organización en todo su conjunto se compromete a cumplir de manera ética con todas sus actuaciones en la empresa (Valencia-Sandoval et al., 2024). En este contexto, las tres claves fundamentales son: el crecimiento económico, la integridad ambiental y el desarrollo sostenible, sin alguno de los tres la organización no podría funcionar. La RSE en la actualidad es definida como una buena razón de negocio y una herramienta indispensable para que las empresas sobrevivan en el futuro (Barturén & Chávarry, 2022).

Muchas empresas en la actualidad se caracterizan por estar preocupadas en aspectos de RSE fuera de la organización y muy poco hacia adentro, donde se encuentra su estructura fundamental para iniciar siendo responsables socialmente. Sin embargo, es importante realizar una implementación primero-interna, debido a la intervención social dirigida a impactar de manera positiva en el bienestar de los empleados, centrada en la integridad moral por la que se rige (Pérez, 2017).

Del Castillo et al. (2020), determinan que la economía globalizada representa una serie de retos que se basan principalmente en la competitividad, la cual sólo puede ser alcanzada a través de estrategias enfocadas hacia la creación de un ambiente competitivo y que genere confianza, basado en el conocimiento.

Para esto, en primera instancia es necesario analizar y aprender de las experiencias pasadas en pro de un mejoramiento continuo (Villarreal-Chiriboga et al., 2024). Por otra parte, es necesario ir un poco más allá del concepto de los recursos naturales como nuestra mejor arma, para enfocarnos en el aprendizaje y la innovación, desarrollando los recursos humanos, los mercados de capitales y una infraestructura moderna (Varela, 2019).

La tesis nos permitió crear un modelo de gestión comunicacional basado en los lineamientos de RSE, logrando hacer un contraste entre comunicación y Responsabilidad Social que permitió establecer unas pautas de gestión que enriquecen el campo. La tesis permitió ver claramente la importancia de la comunicación en su interacción con la Responsabilidad Social, en otras palabras, ambos conceptos deben ir de la mano al hablar de Responsabilidad Social viendo la comunicación en un sentido amplio y profundo que permite escuchar y poner en común intereses con los públicos entendidos generalmente como la sociedad.

Por todo ello debemos establecer que el concepto de responsabilidad social está siendo adoptado por muchas empresas en su accionar y además está siendo incorporado al ámbito académico y también al Estado, quien no necesita ser solo promotor de la Responsabilidad Social, sino debe ser parte interviniente dentro del esquema en el que se desarrolla este nuevo concepto (Tamayo et al., 2018).

¿Qué tiene que ver el Estado con este viraje del mundo privado hacia la responsabilidad social empresarial? ¿No tiene el Estado campos de acción similares a los del empresariado? ¿Podría darse una reorientación general de la praxis y visión de las empresas del estado sin, a su vez, realizar una modificación de los roles del Estado?

Es cierto que el sector público puede y debe asumir un papel protagonista como líder y motor del desarrollo de la responsabilidad social, por lo que se pretende a través de esta investigación evaluar si la Agencia Agraria del Chira–Sullana desarrolla o no este papel y si su organización como tal ejecuta las políticas o estrategias que demanda las acciones de una administración eficiente y efectiva que actúa con responsabilidad social.

Dimensiones Clave para el Estudio de la Responsabilidad Social

Las dimensiones que trataremos en el presente estudio tienen que ver con las siguientes dimensiones: Ética Empresarial, Calidad de Vida Laboral, impacto sobre el Medio Ambiente, Compromiso con la Comunidad y Marketing.

Se ha observado que la Agencia Agraria del Chira–Sullana no trabaja acorde a los lineamientos que establece la Responsabilidad Social: en la parte Ética no se configura de acuerdo con los lineamientos establecidos por la RSE, la Calidad de Vida Laboral necesita mejorarse, no hay Programas que propicien el respeto al Medio Ambiente, existe falta de compromiso y se utiliza en parte un adecuado Marketing por parte de la Agencia Agraria del Chira–Sullana.

Es necesario que las instituciones y servicios públicos incorporen en su funcionamiento como expresión de su comportamiento socialmente responsable el fortalecimiento de su relación con los stakeholders, establecimiento de procesos de rendición de cuentas

hacia la sociedad, y en general, una preocupación por los impactos generados a raíz de su propio quehacer.

En cuanto a las políticas públicas, el rol del sector público habitualmente es concebido como promotor y facilitador de las condiciones necesarias para que la responsabilidad social se transforme en un aspecto relevante en el funcionamiento de las organizaciones empresariales, así como un aspecto cultural de los habitantes de un país, estableciendo incentivos y acciones de sensibilización respecto del comportamiento socialmente responsable, así como desarrollando acciones concretas como por ejemplo establecer a la responsabilidad social como un criterio que deben cumplir los proveedores que participan de los sistemas de compras públicas en cada país.

Capítulo 2

Metodología para la Evaluación de la Responsabilidad Social

Definición y Operacionalización de Variables

Responsabilidad Social de la Agencia Agraria del Chira – Sullana, 2014

Tabla 1. Operacionalización de las variables

Variable	Definición Conceptual	Definición operacional	Indicadores	Escala de medición
Responsabilidad Social de la Agencia Agraria del Chira Sullana 2014	La Responsabilidad Social es una herramienta de gestión, una nueva visión que incorpora la preocupación por el desempeño de la organización y su impacto en los stakeholders (socios estratégicos). Es una actitud estratégica que se manifiesta en la capacidad de la empresa para oír, comprender y satisfacer las expectativas e intereses legítimos de sus diversos públicos.	Ética Empresarial	Liderazgo en su sector en relación a promover la influencia en el sector público en la formulación de políticas públicas	Nivel ordinal
			Influencia en cámaras y asociaciones empresariales para promover medidas que favorezcan la transparencia	Nivel ordinal
			Origen de las materias primas, insumos y productos y que respetan los derechos humanos y el medio ambiente	Nivel ordinal
			Proveedores del entorno local más cercano, promoviendo el desarrollo local.	Nivel ordinal
			Auditorías de las informaciones relativas a aspectos sociales y ambientales.	Nivel ordinal
			Participación de los siguientes grupos: servidores públicos, ciudadanos y proveedores en proceso de elaboración de reportes sociales	Nivel ordinal
			Confidencialidad de la información obtenida a partir de su interacción con los diversos públicos: (ciudadanos, servidores públicos, proveedores, etc)	Nivel ordinal
			Los valores y principios y su referencia explícita a su relación con: servidores públicos, ciudadanos, comunidad, gobierno	Nivel ordinal
			La Misión y Visión desde la perspectiva de la responsabilidad social	Nivel ordinal

Fuente: Rosas Pozo, 2014

Dimensiones de la responsabilidad Social: indicadores y Medición

Tabla 2. Variable Responsabilidad Social de la Agencia Agraria del Chira Sullana 2014

Variable	Definición Conceptual	Definición operacional	Indicadores	Escala de medición
Responsabilidad Social de la Agencia Agraria del Chira Sullana 201 La Responsabilidad Social es una herramienta de gestión, una nueva visión que incorpora la preocupación por el desempeño de la organización y su impacto en los stakeholders (socios estratégicos). Es una actitud estratégica que se manifiesta en la capacidad de la empresa para oír, comprender y satisfacer las expectativas e intereses legítimos de sus diversos públicos.		Medio Ambiente	Programa de reducción del consumo de agua y energía	Nivel ordinal
			Programa de recolección de residuos y reciclaje	Nivel ordinal
			Programas especiales para actuar en áreas protegidas o ambientalmente sensibles	Nivel ordinal
			Control del impacto ambiental causado por actividades y servicios	Nivel ordinal
		Calidad de Vida Laboral	Situación socioeconómica a la hora de definir su desvinculación	Nivel ordinal
			Jornadas de trabajo flexibles que requiera compatibilizar el trabajo con el cuidado de los hijos menores de 6 años	Nivel ordinal
			Brecha menor salario de la organización y el salario mínimo vigente	Nivel ordinal
			Programa para estimular y reconocer sugerencias para la mejora de los procesos internos	Nivel ordinal
			Seguro para riesgos de trabajo	Nivel ordinal
			Políticas que faciliten el equipamiento de trabajo	Nivel ordinal
			Medidas preventivas en los procesos que ofrecen daño potencial a la salud y seguridad de su personal	Nivel ordinal

Fuente: Rosas Pozo, 2014

Tabla 3. Definición operacional: compromiso con la comunidad y marketing

Responsabilidad Social de la Agencia Agraria del Chira Sullana 2014									
Variable	La Responsabilidad Social es una herramienta de gestión, una nueva visión que incorpora la preocupación por el desempeño de la organización y su impacto en los stakeholders (socios estratégicos). Es una actitud estratégica que se manifiesta en la capacidad de la empresa para oír, comprender y satisfacer las expectativas e intereses legítimos de sus diversos públicos.								
Definición operacional									
Definición operacional	Compromiso con la Comunidad								
Indicadores	Marketing			Compromiso con la Comunidad					
	Capacitación al área de relaciones públicas para responder con rapidez y transparencia a situaciones de crisis	Política de no soborno o extorsión para obtener decisión de compra de productos o contratación de servicios	Daños potenciales de productos y servicios	Estrategia de marketing, ventas y comunicación con valores	Apoyo al trabajo voluntario del personal	Involucramiento en proyectos sociales	Mecanismos de apoyo a proyectos sociales	Relaciones con organizaciones comunitarias presentes en su entorno	Gestión del impacto de las actividades de la institución
Escala de medición	Nivel ordinal	Nivel ordinal	Nivel ordinal	Nivel ordinal	Nivel ordinal	Nivel ordinal	Nivel ordinal	Nivel ordinal	Nivel ordinal

Fuente: Rosas Pozo, 2014

Enfoque Cuantitativo y Diseño de la Investigación

La investigación adoptó el método cuantitativo, según Hernández (2010), este enfoque usa la recolección de datos, se basa en la medición numérica y el análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento y probar teorías.

De acuerdo a lo referido por Hernández (2010), el presente estudio se clasificó como Cuantitativo, No experimental, Descriptivo y Transversal.

Es Cuantitativo porque se están utilizando instrumentos para medir cada una de las dimensiones, es No experimental porque los investigadores están describiendo la realidad de estudio sin intervención alguna, es Descriptivo porque recoge la información de las dimensiones de la variable y es Transversal porque el fenómeno ha sido estudiado en un período específico de tiempo.

Para la realización del presente estudio se consideró un Diseño descriptivo simple, porque buscó especificar las características y propiedades del modelo de gestión actual. Según Hernández (2010) el diseño descriptivo simple el investigador busca y recoge información relacionada con el objeto de estudio, no presentándose la administración o control del fenómeno en estudio.

Población, Muestra y Recolección de Datos

La población de nuestro estudio comprende a los 15 trabajadores de la Agencia Agraria del Chira que pertenece al Ministerio de Agricultura, la que está ubicada en la ciudad de Sullana.

En este caso no se utilizará una muestra, ya que se encuestará al total de los servidores públicos de la Agencia Agraria del Chira Sullana 2014

Se utilizó la técnica de la encuesta. La encuesta es una técnica de adquisición de información, mediante el instrumento del cuestionario previamente elaborado, a través del cual se puede conocer la opinión o valoración del sujeto seleccionado en una muestra sobre un asunto dado.

Los instrumentos son medios auxiliares para recoger y registrar los datos obtenidos. De acuerdo a Hernández (2010), es un instrumento básico en el que se formulan una serie de preguntas que permiten medir variables, posibilita observar los hechos a través de la valoración que hace el encuestado de los mismos, limitándose la investigación a las valoraciones subjetivas de éste.

Para recoger la información sobre la Responsabilidad Social de la Agencia Agraria del Chira – Sullana, 2014 se ha estructurado un cuestionario mediante lista de Cotejo y cuestionarios de preguntas cerradas con opciones de respuestas dicotómicas (SI- NO).

Validez Juicio de expertos o Validación por jueces

Los expertos han evaluado de manera independiente: la relevancia, coherencia, suficiencia y claridad; con la que están redactadas los ítems o reactivos en la Encuesta. Por otro lado, la matriz de validación utilizada para este proceso es la que mostramos en el Anexo 04-A.

Las mismas han sido verificadas por:

Un Ingeniero Estadístico, con Maestría en Administración de Empresas (MBA) y con estudios culminados de Doctorado en Economía.

Un Ingeniero Industrial, con Maestría en Economía de Empresas (M.Sc.) y con estudios culminados de Doctorado en Administración.

El PROMEDIO DE VALORACIÓN emitido por la valoración de Juicio de Expertos es de 92.28, por lo que se determina que la OPINIÓN DE APLICABILIDAD del instrumento utilizado es EXCELENTE.

Evidencia relacionada con el Constructo

De acuerdo a la Evaluación de la Matriz de Ítems y Matriz de Validación del Instrumento utilizado, ambos expertos emiten una VALORACIÓN de MUY BUENO. Anexo 04-B.

Se utilizó la Técnica: Kuder – Richardson KR – 20, que permite calcular la confiabilidad con una sola aplicación del instrumento; es aplicable sólo en instrumentos con ítems dicotómicos, que puedan ser codificados con 1 – 0 (correcto – incorrecto, presente – ausente, a favor – en contra, etc.) por lo tanto es aplicable en lista de Cotejo y cuestionarios de preguntas cerradas con opciones de respuestas dicotómicas (SI- NO), como es el caso del instrumento aplicado en la Agencia Agraria del Chira – Sullana 2014.

El coeficiente calculado es 0.85 y de acuerdo a la tabla de Confiabilidad, se encuentra en el rango 0.81 – 1.00, que define un rango de Confiabilidad de magnitud MUY ALTA

La información recogida se presentó en cuadros y gráficos con indicadores de frecuencias absolutas y porcentuales. Para la valoración se promediaron los puntajes correspondientes a cada dimensión. Los resultados fueron sistematizados en el programa estadístico IBM SPSS versión 22 y el software Microsoft Excel 2010.

Capítulo 3

Análisis de Resultados de la Responsabilidad Social

Evaluación de la Ética Empresarial en la Agencia Agraria

Evaluar la Ética Empresarial de la Agencia Agraria del Chira Sullana 2014

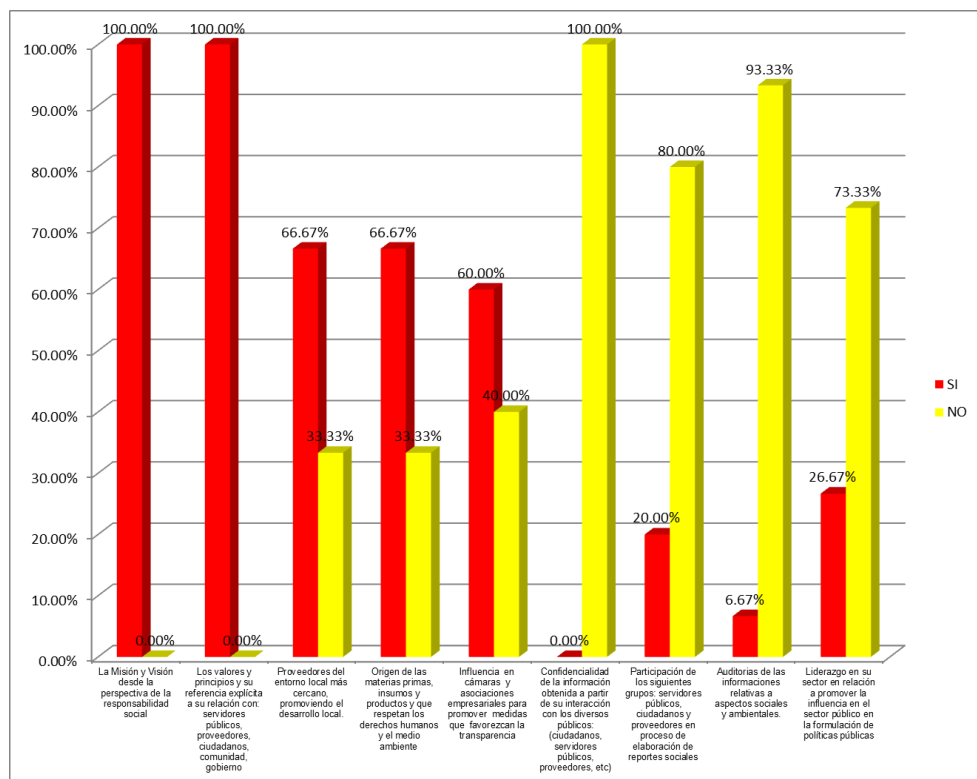
Tabla 4. Ética empresarial en la agencia agraria del Chira – Sullana

Ética empresarial	SI	%	NO	%
La Misión y Visión desde la perspectiva de la responsabilidad social	15	100.00%	0	0.00%
Los valores y principios y su referencia explícita a su relación con: servidores públicos, proveedores, ciudadanos, comunidad, gobierno	15	100.00%	0	0.00%
Proveedores del entorno local más cercano, promoviendo el desarrollo local.	10	66.67%	5	33.33%
Origen de las materias primas, insumos y productos y que respetan los derechos humanos y el medio ambiente	10	66.67%	5	33.33%
Influencia en cámaras y asociaciones empresariales para promover medidas que favorezcan la transparencia	9	60.00%	6	40.00%
Confidencialidad de la información obtenida a partir de su interacción con los diversos públicos: (ciudadanos, servidores públicos, proveedores, etc.)	0	0.00%	15	100.00%
Participación de los siguientes grupos: servidores públicos, ciudadanos y proveedores en proceso de elaboración de reportes sociales	3	20.00%	12	80.00%
Auditorias de las informaciones relativas a aspectos sociales y ambientales.	1	6.67%	14	93.33%
Liderazgo en su sector en relación a promover la influencia en el sector público en la formulación de políticas públicas	4	26.67%	11	73.33%

Fuente: Rosas Pozo, 2014

Nota. Encuesta de la Responsabilidad Social de la Agencia Agraria del Chira Sullana 2014

Figura 1. Ética empresarial en la agencia agraria del Chira – Sullana



Fuente: Rosas Pozo, 2014. Datos tomados de la tabla 4

En la Agencia Agraria del Chira – Sullana, responde al 100% el aspecto filosófico organizacional – misión, visión, valores y principios–a una perspectiva de responsabilidad social; con un 66.67% se afirma que la Agencia Agraria promueve el desarrollo local, teniendo en cuenta el respeto de los derechos humanos y medio ambiente; con un 60.00% la institución pública determina que tiene poder de influencia ante las instituciones de su sector.

Por otro lado desde el análisis negativo que se percibe de la Agencia Agraria, podemos verificar que existe falta de confidencialidad con respecto a la información obtenida del público con el que interactúa en un 100.00%; un 80.00% establece que no existe participación activa en el proceso de elaboración de reportes sociales; el 93.33% de trabajadores indica que no se audita por terceros las informaciones relativas a aspectos sociales y ambientales, es más no existe auditoría de la propia institución en estos temas; y el 73.33% de los colaboradores evidencian una falta de liderazgo, ya que se sienten olvidados en el sector al que pertenecen.

Calidad de Vida Laboral: Brechas y Retos

Determinar la Calidad de Vida Laboral de la Agencia Agraria del Chira Sullana 2014

Tabla 5. Calidad de vida laboral en la agencia agraria del Chira – Sullana

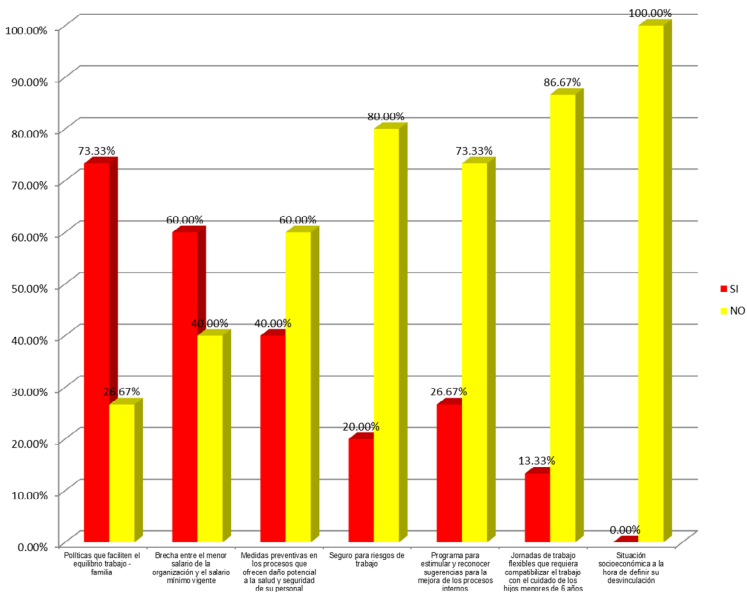
Calidad de vida laboral	SI	%	NO	%
Políticas que faciliten el equilibrio trabajo-familia	11	73.33%	4	26.67%
Brecha entre el menor salario de la organización y el salario mínimo vigente	9	60.00%	6	40.00%
Medidas preventivas en los procesos que ofrecen daño potencial a la salud y seguridad de su personal	6	40.00%	9	60.00%
Seguro para riesgos de trabajo	3	20.00%	12	80.00%
Programa para estimular y reconocer sugerencias para la mejora de los procesos internos	4	26.67%	11	73.33%

Calidad de vida laboral	SI	%	NO	%
Jornadas de trabajo flexibles que requiera compatibilizar el trabajo con el cuidado de los hijos menores de 6 años	2	13.33%	13	86.67%
Situación socioeconómica a la hora de definir su desvinculación	0	0.00%	15	100.00%

Fuente: Rosas Pozo, 2014

Nota. Encuesta de la Responsabilidad Social de la Agencia Agraria del Chira Sullana 2014

Figura 2. Calidad de vida laboral en la agencia agraria del Chira – Sullana



Fuente: Rosas Pozo, 2014. Datos tomados de la tabla 5

Al determinar la calidad de vida laboral en la Agencia Agraria, el 73.33% revela que existen ciertas políticas que facilitan el equilibrio trabajo-familia.

Pero cuando analizamos los demás ítems, vemos un panorama incierto y preocupante; con un 60.00% que indica que hay una brecha importante entre el menor salario y salario mínimo vigente (es más las condiciones son diferentes entre los que pertenecen a la ley 20530, a la ley 19990 y los servicios por CAS); el 60.00% define que no se toman muchas medidas preventivas que prevengan accidentes en el desarrollo del trabajo de su personal; el 80.00% manifiesta que no se cuenta con seguros por riesgos de trabajo (solo se cuenta con el seguro social o EsSalud), el 73.33% apunta que no existen programas o acciones que estimulen la participación que conlleve a mejorar los procesos internos de la institución; el 86.67% declaran que no se contemplan jornadas de trabajo flexible que permitan cuidar a los hijos que están en edades menores de 6 años y el 100.00% exterioriza la no haber ninguna política de apoyo o evaluación socioeconómica al momento de desvincular a los trabajadores de la agencia agraria

Impacto Ambiental de las Operaciones Institucionales

Impacto de las Operaciones en el Medio Ambiente de la Agencia Agraria del Chira Sullana 2014

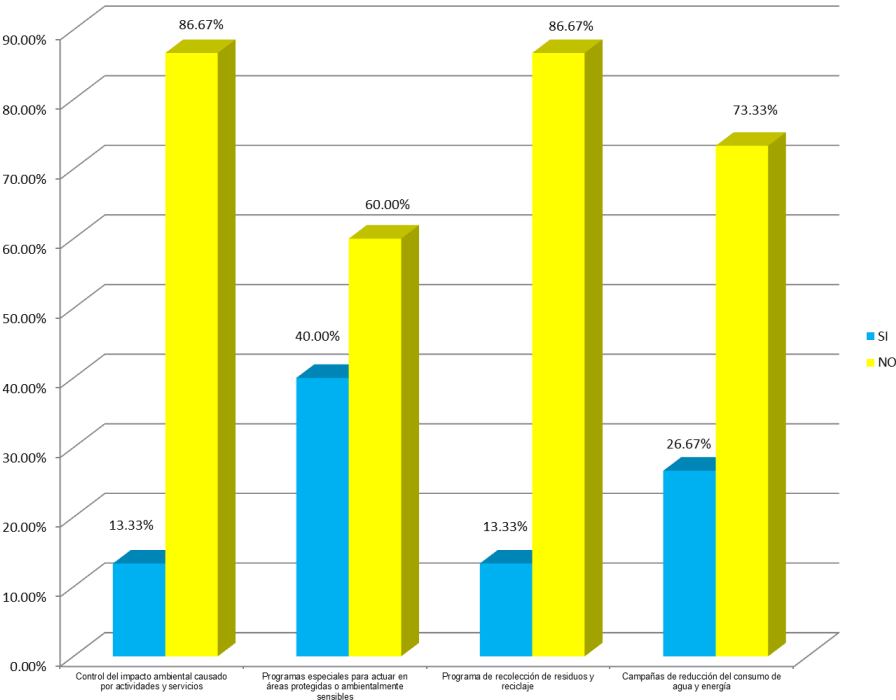
Tabla 6. Impacto de las operaciones en el medio ambiente de la Agencia agraria del Chira Sullana

Medio ambiente	SI	%	NO	%
Control del impacto ambiental causado por actividades y servicios	2	13.33%	13	86.67%
Programas especiales para actuar en áreas protegidas o ambientalmente sensibles	6	40.00%	9	60.00%
Programa de recolección de residuos y reciclaje	2	13.33%	13	86.67%
Campañas de reducción del consumo de agua y energía	4	26.67%	11	73.33%

Fuente: Rosas Pozo, 2014

Nota. Encuesta de la Responsabilidad Social de la Agencia Agraria del Chira Sullana 2014

Figura 3. Impacto de las operaciones en el medio ambiente de la Agencia agraria del Chira Sullana



Fuente: Rosas Pozo, 2014. Datos tomados de la tabla 6

En cuanto al impacto de las operaciones en el Medio Ambiente por parte de agencia agraria, este ítem merece una especial atención, ya que siendo parte importante del proceso a nivel público de respetar y mantener en cautela el medio ambiente, se ha podido observar que todos los indicadores son negativos como cuando el 86.67% indica que no existe un control de impacto ambiental por las actividades diversas realizadas por los trabajadores de la institución; el 60.00%

dice que no se han desarrollado programas especiales que permitan actuar en áreas sensibles al medio ambiente; un 86.67% revela que no contemplan programas de recojo de residuos ni de reciclaje; y el 73.33% muestra que a pesar de ser una institución comprometida con el medio ambiente por la propia naturaleza del sector, no se propicia las campañas de reducción de agua y energía.

Compromiso con la Comunidad: Alcances y Limitaciones

Identificar el Compromiso con la Comunidad de la Agencia Agraria del Chira Sullana 2014

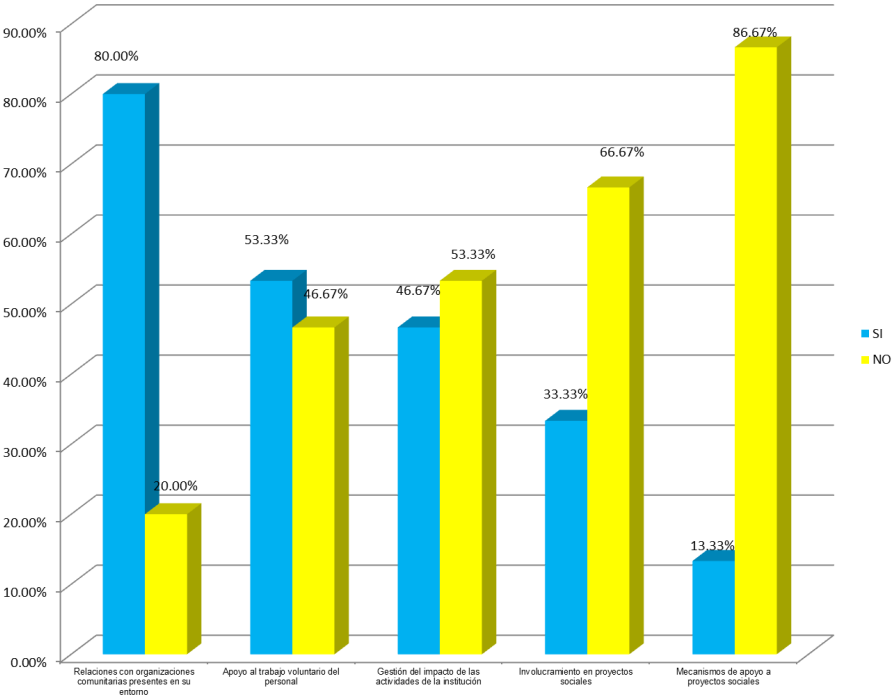
Tabla 7. Compromiso con la comunidad de la agencia agraria del Chira Sullana

Compromiso con la comunidad	SI	%	NO	%
Relaciones con organizaciones comunitarias presentes en su entorno	12	80.00%	3	20.00%
Apoyo al trabajo voluntario del personal	8	53.33%	7	46.67%
Gestión del impacto de las actividades de la institución	7	46.67%	8	53.33%
Involucramiento en proyectos sociales	5	33.33%	10	66.67%
Mecanismos de apoyo a proyectos sociales	2	13.33%	13	86.67%

Fuente: Rosas Pozo, 2014

Nota. Encuesta de la Responsabilidad Social de la Agencia Agraria del Chira Sullana 2014

Figura 4. Compromiso con la comunidad de la agencia agraria del Chira Sullana



Fuente: Rosas Pozo, 2014. Datos tomados de la tabla 7

Con respecto a identificar el compromiso de la agencia agraria con la comunidad, el 80.00% determina que sí genera relaciones con las organizaciones de la comunidad y de su entorno en temas de interés público; un 53.33% establece que la agencia agraria estimula el desarrollo de trabajo voluntario que conlleve un compromiso con la comunidad, estableciendo claramente que se realiza con actividades de impacto en temas de consultoría, ya que no cuentan con un presupuesto para otro tipo de acciones.

Luego tenemos resultados que repercuten en negativo, cuando el 53.33% indica que existe indiferencia en cuanto a gestionar actividades de impacto que coadyuve a la comunidad en su desarrollo; el 66.67% muestra que la agencia agraria no se involucra en proyectos de proyección social por las carencias presupuestales – común denominador en las instituciones públicas peruanas – y el 86.67% revela que no tienen mecanismos de apoyo para el desarrollo de los proyectos sociales que aseguren su sostenibilidad en el tiempo.

Marketing Responsable: Estrategias y Desafíos

Definir el tipo de Marketing de la Agencia Agraria del Chira Sullana 2014

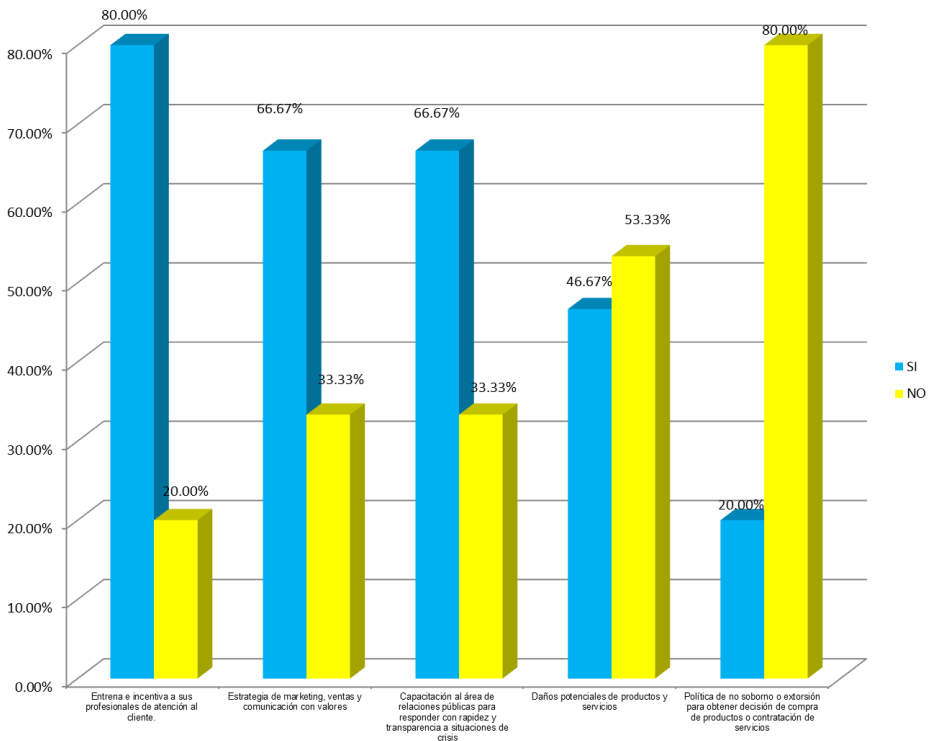
Tabla 8. Marketing de la agencia agraria del Chira Sullana

Marketing responsable	SI	%	NO	%
Entrena e incentiva a sus profesionales de atención al cliente.	12	80.00%	3	20.00%
Estrategia de marketing, ventas y comunicación con valores	10	66.67%	5	33.33%
Capacitación al área de relaciones públicas para responder con rapidez y transparencia a situaciones de crisis	10	66.67%	5	33.33%
Daños potenciales de productos y servicios	7	46.67%	8	53.33%
Política de no soborno o extorsión para obtener decisión de compra de productos o contratación de servicios	3	20.00%	12	80.00%

Fuente: Rosas Pozo, 2014

Nota. Encuesta de la Responsabilidad Social de la Agencia Agraria del Chira Sullana 2014

Figura 5. Marketing responsable de la agencia agraria del Chira Sullana



Fuente: Rosas Pozo, 2014. Datos tomados de la tabla 8

Es relevante mencionar que en cuanto al Marketing utilizado en la agencia agraria el 80.00% muestra que se entrena e incentiva a los profesionales para una mejor atención al cliente; el 66.67% denota por un lado que se promueva “valores” dentro de su política de comunicación—se tiene parcial cuidado cuando maneja sus procesos de comunicación y que estas no estén en contra de sus valores institucionales—y por el otro, se está procurando desde los

altos niveles jerárquicos capacitar a los trabajadores en temas de solución de crisis, dada la naturaleza propia del servicio que presta la institución.

En el aspecto negativo o contrario el 53.33% indica que no hay una política de daños potenciales de productos o servicios, es más no se toma en cuenta por ejemplo la legislación de defensa del consumidor; el 80.00% indica que no se está trabajando por instaurar políticas muy rígidas en lo que se refiere a actos contra los valores como: extorsiones, coimas, sobornos y otros.

Responsabilidad Social en la Agencia Agraria del Chira

Determinar si se aplica Responsabilidad Social en la Agencia Agraria del Chira – Sullana, 2014.

Tabla 9. Promedios de resultados. Aplicación de la responsabilidad social de la agencia agraria del Chira – Sullana, 2014

ÉTICA EMPRESARIAL	SI	%	NO	%
	7.4	49.63%	7.6	50.37%
CALIDAD DE VIDA LABORAL	SI	%	NO	%
	5.0	33.33%	10.0	66.67%
MEDIO AMBIENTE	SI	%	NO	%
	3.5	23.33%	11.5	76.67%
COMPROMISO CON LA COMUNIDAD	SI	%	NO	%
	6.8	45.33%	8.2	54.67%
MARKETING	SI	%	NO	%
	8.4	56.00%	6.6	44.00%

Fuente: Rosas Pozo, 2014

Nota. Encuesta de la Responsabilidad Social de la Agencia Agraria del Chira Sullana 2014

De acuerdo a lo verificado en la presente investigación, los resultados nos manifiestan que en la Agencia Agraria del Chira – Sullana, no se aplica la Responsabilidad Social, por lo que pasaremos a hacer el análisis correspondiente:

Un 50.37% indica que no se aplica la ética en toda su dimensión en la institución en estudio, es consciente que su aspecto filosófico se alinea con el concepto de RSE pero su aplicabilidad no es del todo satisfactorio. El 66.67%,—más del 50.00%—no está satisfecho con la dimensión de calidad de vida laboral, manifestando su gran desconformidad por el trato indiscriminado que sufren en el sector los trabajadores y el sector a nivel nacional en comparación con otras instituciones públicas. El aspecto más preocupante es el que representa el 76.67% que muestra una despreocupación en cuanto al impacto de las operaciones de la institución con respecto al medio ambiente, siendo una de las instituciones que debe velar por la reserva de nuestro medio ambiente y no actúa como tal. La carencia tanto en recursos económicos, humanos y financieros, hacen que el 54.67% indique que no pueden asumir compromisos con la comunidad en el grado que se necesita, haciendo que la institución no ejerza el liderazgo o posicionamiento que debe tener como ente rector del sector agropecuario. Solo de manera positiva se observa que un 56.00% establece que en la Agencia Agraria se maneja un Marketing del tipo responsable, en el que se maneja las políticas de comunicación de acuerdo a los valores y políticas institucionales, pero es ajustado por tener que llevar con la cruz de todas las instituciones públicas peruanas de estar inmersas en temas como soborno, corrupción y otros.

Capítulo 4

Estrategias y Recomendaciones para la Transformación Institucional

El Papel de las Administraciones Públicas en la Responsabilidad Social

Las administraciones públicas, y por ende sus empresas, pueden desempeñar un papel fundamental en el impulso de la RSC desde tres perspectivas: como ente regulador, como propietario/gestor de empresas y como comprador/usuario de bienes y servicios. Por ello, debe mantener y liderar un comportamiento ejemplar y aspirar a la excelencia. Es así que los resultados nos muestran que en la Agencia Agraria del Chira la dimensión definida como Ética Empresarial no es percibida por los propios trabajadores, la misma que se ve afectada de sobremanera falta de confiabilidad, confidencialidad, no existen los controles pertinentes y menos por terceros; uno de los temas más graves es que no se percibe como una institución líder, esto conllevado porque por años han venido desmembrando las funciones propias de la institución todo por las políticas del mismo estado tanto nacional como regional (50.37%). El sector público puede y debe asumir un papel protagonista como líder y motor del desarrollo de la responsabilidad social, incorporando los criterios éticos, sociales y ambientales en las decisiones de compra y contratación, lo que además, impulsaría la adopción de dichos criterios por parte de las empresas contratadas o proveedores e incluso por los licitadores privados. Lo positivo es que en la agencia agraria trabajan con proveedores y productos de la localidad.

Retos en la Calidad de Vida Laboral y Relaciones Laborales

Social Accountability International (SAI) es una organización internacional dedicada a la mejora del entorno laboral, especialmente en lo concerniente a los derechos humanos en dicho entorno. Con

él, las empresas certificadas aseguran la protección del personal bajo su control (incluyendo el subcontratado) en relación con las convenciones internacionales en materia laboral y de derechos humanos de la OIT y la ONU (horario de trabajo, trabajo infantil, salud y seguridad, sindicación, etc.). En cuanto a la calidad de vida en el aspecto laboral, se puede indicar que no se goza del reconocimiento del área de personal de la misma institución y muchas veces se percibe que tampoco de las jerarquías superiores (66.67%); no cuentan con seguros de trabajo, existen diferencias entre los trabajadores que pertenecen a diferentes regímenes de trabajo, aún a pesar de realizar las mismas tareas y en estos últimos tiempos se está creando un problema social porque muchos de sus trabajadores están siendo cesados por temas de límites de edad, no existe renovación de cuadros importantes en la institución.

Preservación del Medio Ambiente: Responsabilidad y Oportunidades

Cuando no había medios de comunicación que interconectasen al planeta, la inconciencia sobre la huella medioambiental de las actividades económicas era generalizada. Así funcionó durante dos siglos la sociedad industrial, consumiendo los recursos renovables y no renovables del globo, hasta que produjo un giro en el balance ecológico del planeta. Hoy instituciones como el Ministerio del Ambiente y el Ministerio de Agricultura, son las instituciones que deberían abanderar la lucha por preservar nuestro medio ambiente; pero la Agencia Agraria del Chira – Sullana, como institución no tiene programas que propicien el respeto en toda su dimensión del medio ambiente (77.67%), pese a algunos esfuerzos que como organización

han estado realizando de manera autónoma y gestionando algunos proyectos de impacto y que sensibilice a la población con la que trabaja, en bien de la comunidad y de su entorno.

En cuanto al Compromiso con la comunidad por parte de la Agencia Agraria, ésta en términos de promedios es mínimo con tendencia a no hacerlo (54.67%). Ésta realidad se presenta porque como institución pública no cuenta con los recursos necesarios y tampoco se le permite hacerlo porque les han quitado funciones y ya no pueden generar lo que denominan “fondos propios” y que permitan involucrarse en proyectos sociales o crear los mecanismos necesarios para realizar el mismo. Tampoco se pueden dar el lujo de poder realizar apoyos voluntarios por la escasez de personal y de límites de tiempo para efectuar las tareas encomendadas.

En este caso se está realizando esfuerzos por que la comunicación tanto para sus colaboradores internos y externos, estén de acuerdo con su filosofía y con los valores institucionales de la Agencia Agraria del Chira – Sullana (56.00%); se está desarrollando políticas de erradicación de antivalores, teniendo en cuenta el proceso de corrupción por la que atraviesa nuestro país y de cómo las instituciones están trabajando para lograr su erradicación definitiva y el otro aporte es la capacitación que persigue la organización de sus colaboradores internos que les permitan desarrollar servicios con eficiencia y eficacia.

Lecciones Aprendidas y Perspectivas de Mejora

Al evaluar la aplicación de ética empresarial de la Agencia Agraria del Chira – Sullana, se puede acotar que esta dimensión no se cumple; teniendo en cuenta que no se percibe grados de

confiabilidad entre los trabajadores, la percepción de no existir instrumentos de control y la falta de liderazgo como consecuencia de políticas erróneas tanto a nivel nacional como regional.

En cuanto a la Calidad de Vida Laboral que se observa en la Agencia Agraria del Chira – Sullana, se observa que la percepción de los colaboradores internos o trabajadores de la institución es que no tienen calidad en este punto; resultado de las brechas económicas existentes entre regímenes laborales distintos, desatención en cuanto a seguridad en el trabajo y falta de precaución al momento de solicitar la desvinculación de la institución.

Al evaluar el impacto de las operaciones sobre el Medio Ambiente, existe una gran preocupación porque carece de una especial atención al respecto, no existe control de impacto ambiental, no existen programas para actuar en áreas sensibles; se establece tal desatención pese a que los trabajadores se esfuerzan en realizar pequeñas campañas con sus colaboradores externos, pero nuevamente la carencia de recursos trabaja en forma negativa en este aspecto.

El compromiso con la Comunidad que tiene la Agencia Agraria del Chira – Sullana, está determinada por los esfuerzos realizados por los colaboradores internos – trabajadores–pero igual que el punto anterior, los recursos escasos tanto financieros como de recursos humanos limita en un extremo el que la institución pueda participar en su real dimensión.

Finalmente, para la dimensión de Marketing es de tipo Responsable se ha visto un avance importante con respecto a este punto, ya que su política de comunicación tiene por finalidad promover valores – forma en la que aportan con la comunidad. Lamentablemente no se percibe que se promueva una lucha frontal

contra extorsiones, coimas, sobornos, temas que han golpeado en estos últimos tiempos sobre todo a las instituciones públicas en todos los niveles y jerarquías.

Recomendaciones para Consolidar la Responsabilidad Social

La Agencia Agraria del Chira – Sullana debe trabajar con mucho ahínco para recuperar ese liderazgo que se necesita como una institución que tiene que ver con el agro, actividad económica que es muy importante para la región y con mucha mayor razón si hablamos de la Provincia de Sullana. Ese liderazgo le permitirá participar y ser un ente rector ante sus colaboradores externos; otro aspecto importante es promover la confiabilidad y auditoría institucional en aras de la transparencia.

Mejorar las condiciones de trabajo de sus colaboradores internos y establecer programas de mejora continua. Sería importante desarrollar programas que tengan por objetivo prever situaciones incómodas al momento de solicitar la desvinculación de la institución.

Con respecto al Medio Ambiente debemos acotar que esta dimensión es fundamental en la organización en estudio—por la misma naturaleza de su ámbito de acción—por lo que se necesita establecer controles de impacto ambiental, programas para actuar en áreas protegidas (sensibles) y obras de impacto en la comunidad que tenga que ver con este tema tan importante.

El compromiso con la Comunidad que tiene la Agencia Agraria del Chira – Sullana, debe retomarse y está concatenado con la recuperación del liderazgo que tanto claman sus colaboradores

internos, tendrán que gestionar de manera muy inteligente para ayudar a la comunidad y con los recursos que poseen. Por ejemplo, hay una experiencia en Querecotillo, jurisdicción de la agencia agraria donde los trabajadores están desarrollando talleres de capacitación con el apoyo de las Juntas de usuarios.

Es importante seguir con el desarrollo de esta dimensión y seguir poniendo énfasis en su política de comunicación que tiene por finalidad promover valores no solo dentro de la institución, sino dentro de la comunidad y seguir motivando a los trabajadores para ejecutar una lucha frontal contra extorsiones, coimas, y sobornos.

Referencias

- Arévalo, M., & Escobar, S. (2018). La responsabilidad social empresarial: concepto, teorías y dimensiones. *Revista digital de Ciencia, Tecnología e Innovación*, 5, 604-619.
- Ayala del Pino, C. (2021). La responsabilidad social corporativa: concepto, ámbito de aplicación, grupos de interés y objetivos. *Anuario Jurídico Y Económico Escurialense*, (54), 173–198. <https://doi.org/10.54571/ajee.462>
- Barturén, M., & Chávarry, P. (2022). Ética Organizacional y Responsabilidad Social: Factores claves para el desarrollo de Instituciones Educativas Rurales. *Revista Científica*, 7(24), 304–324. <https://doi.org/10.29394/Scientific.issn.2542-2987.2022.7.24.16.304-324>
- Benavides, O., & Villanueva, Y. (2019). Responsabilidad social empresarial centrada en el bienestar de los colaboradores. Marco de realidad actual. *Documentos De Trabajo ECACEN*, 1. <https://doi.org/10.22490/ECACEN.3474>
- Canizales, L. (2021). Responsabilidad social empresarial y el fortalecimiento del talento humano en las organizaciones. RHS. *Revista. Humanismo y Sociedad*, 9(1), 1–17. <https://doi.org/10.22209/rhs.v9n1a04>
- Castaño Ramírez, A. D., & Arias-Sánchez, S. (2021). Efecto de la responsabilidad social corporativa en la reputación de las organizaciones: una revisión sistemática. *Revista Universidad Y Empresa*, 23(40). <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.8859>
- Cueto Cedillo, C., & Cuesta González, M. D. L. (2019). *La administración pública de la responsabilidad social corporativa*. UNED.
- Da Costa, C., & Goicochea, J. (2022). Un repaso a la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en América Latina y el Caribe. Empresas e implementación de nuevas políticas. *Revista Economía Y Política*, (36), 1–20. <https://doi.org/10.25097/rep.n36.2022.01>

- Del Castillo Romo, R., López-Mateo, C., & Sánchez-Fernández, M. (2020). Responsabilidad social municipal bajo la percepción de los jóvenes en ciudades de turismo de negocios y recreativo. *Revista Administração Em Diálogo–RAD*, 22(1), 57–80. <https://doi.org/10.23925/2178-0080.2020v22i1.41162>
- Echeverría-Ríos, O. M., Abrego-Almazán, D., y Melchor Medina, J. (2018). La responsabilidad social empresarial en la imagen de marca afectiva y reputación. *Innovar*, 28(69), 133–148. <https://doi.org/10.15446/innovar.v28n69.71703>
- Flores, C.; Rodríguez, J.; Rodríguez, M.; Pacheco, R.; & Merino, J. (2023). Responsabilidad social en la administración pública: Entre la voluntariedad y la obligatoriedad. *Revista de Climatología*, 23, 2788-2794. <https://doi.org/10.59427/rcli/2023/v23cs.2788-2794>
- López, E. (2021). Responsabilidad social y el compromiso organizacional de empleados públicos del Perú. *Revista Venezolana de Gerencia (RVG)*, 26(95), 656-668. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.95.14>
- Mora, H., & Serrano, J. (2024). Responsabilidad Social Empresarial: Modelo para Potenciar la Imagen Corporativa en Entidad Bancaria Pública en Ecuador: *Revista Scientific*, 9(31), 144–165. <https://doi.org/10.29394/Scientific.issn.2542-2987.2024.9.31.7.144-165>
- Pérez, A. (2017). La responsabilidad social corporativa desde el enfoque de las relaciones públicas: Estrategia de gestión relacional en el contexto del desarrollo local y turismo sostenible. *HOLOS*, 7, 183–197. <https://doi.org/10.15628/holos.2017.5244>
- Rosas Pozo, L. P. (2014) *Responsabilidad Social de la Agencia Agraria del Chira – Sullana, 2014* [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo].

- Rosero-Peña, L., & Flores-Batallas, E. (2018). La Responsabilidad Social como Estrategia de Inclusión Laboral para el Desarrollo de las Organizaciones Públicas en el Ecuador. *Economía Y Negocios*, 9(1), 40–64. <https://doi.org/10.29019/eyn.v9i1.434>
- Santa Fajardo, L. M., Bom-Camargo, Y. I., Fajardo Calderón, C. L., & Macías Ramírez, V. H. (2021). Responsabilidad Social Pública para contribuir a la consolidación de los Objetivos del Desarrollo Sostenible. *Jurídicas CUC*, 17(1), 211–252. <https://doi.org/10.17981/juridcuc.17.1.2021.08>
- Severino-González, P., Villalobos Antúnez, J., González-Soto, N., & Ramírez Molina, R. (2020). Perspectiva de la responsabilidad social empresarial de la salud pública chilena. *Revista Venezolana De Gerencia*, 25(92), 1397-1421. <https://doi.org/10.37960/rvg.v25i92.34270>
- Sosa Cardona, R. E., Tello Castrillón, C., & Pineda Henao, E. F. (2020). Derecho constitucional, responsabilidad social organizacional y gobernanza: el caso de empresas municipales de Cali. *Justicia*, 25(37), 227–244. <https://doi.org/10.17081/just.25.37.4153>
- Tamayo, A., Gamboa, L., & Cuji, B. (2018). La responsabilidad social corporativa en las universidades públicas de la zona tres de Ecuador. *RECIMUNDO*, 2(3), 297-328. [https://doi.org/10.26820/recimundo/2.\(3\).julio.2018.297-328](https://doi.org/10.26820/recimundo/2.(3).julio.2018.297-328)
- Valbuena, E., & Monfort, A. (2020). *Ética, deontología y responsabilidad social*. ESIC
- Valencia-Sandoval, K., Duana-Avila, D., & Corichi-García, A. (2024). Grupos etarios y su actitud frente a la responsabilidad social empresarial. *Vinculatégica EFAN*, 10(4), 117–129. <https://doi.org/10.29105/vtga10.4-960>

- Varela, J. (2019). Análisis del capital social y las actitudes emprendedoras desde el enfoque de la responsabilidad social universitaria en estudiantes de instituciones públicas y privadas. *Ingeniería, Desarrollo e Innovación*, 2(2), 79 -83.
- Villarreal-Chiriboga, B. A., Ortiz-Tirado, P. S., & Valverde-Obando, A. A. (2024). La Responsabilidad Social dentro de la Administración Pública y su relación con los Presupuestos Participativos. *MQRInvestigar*, 8(1), 4103–4127. <https://doi.org/10.56048/MQR20225.8.1.2024.4103-4127>
- Zurita Mézquita, E. C., López-Mateo, C., Ríos-Manríquez, M., & Sánchez-Fernández, M. D. (2020). Responsabilidad social del gobierno municipal con el medio ambiente y los servicios públicos: percepción ciudadana. *Holos*, 7, 1–20. <https://doi.org/10.15628/holos.2020.9549>



Religación **Press**

Ideas desde el Sur Global



Religación
Press

