



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DURANTE EL
AISLAMIENTO SOCIAL OBLIGATORIO EN LA PROVINCIA DE SAN
MIGUEL DEL DEPARTAMENTO DE CAJAMARCA**

**PRESENTADO POR
LISBETT RODAS CORREA**

**ASESOR
CÉSAR AUGUSTO SMITH CORRALES**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO DE BACHILLER
EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

LIMA – PERÚ

2020



**Reconocimiento - No comercial - Sin obra derivada
CC BY-NC-ND**

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN TURISMO Y PSICOLOGÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DURANTE EL
AISLAMIENTO SOCIAL OBLIGATORIO EN LA PROVINCIA DE
SAN MIGUEL DEL DEPARTAMENTO DE CAJAMARCA**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE
BACHILLER EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**PRESENTADO POR:
LISBETT RODAS CORREA**

**ASESOR:
MAG. CÉSAR AUGUSTO SMITH CORRALES**

**LIMA, PERÚ
2020**

PORTADA.....	i
INDICE	ii
INTRODUCCIÓN	3
CAPÍTULO I PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	4
1.2. Formulación del problema	5
1.2.1. Problema general	5
1.2.2. Problemas específicos	5
1.3. Objetivos de la investigación.....	5
1.3.1. Objetivo general	5
1.3.2. Objetivos específicos	5
1.4. Justificación de la investigación	6
1.4.2. Viabilidad de la investigación	6
1.5. Limitaciones del estudio	7
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO	8
2.1 Antecedentes de la investigación	8
2.2 Bases teóricas	11
2.2.1 Responsabilidad Social Empresarial	11
2.2.2 Dimensión Filantropía.....	13
2.2.3 Dimensión Inversión social	15
2.3 Definición de términos básicos.....	17
CAPÍTULO III: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN BIBLIOGRÁFICA	19
CONCLUSIONES	20
REFERENCIAS.....	21

INTRODUCCIÓN

En la actualidad la responsabilidad social empresarial ha traspasado fronteras, debido a su importancia las más importantes empresas realizan esta acción con el fin de aportar en la comuna en la que laboran o brindar apoyo a las familias de su personal. Al ser una acción nueva implementada por las organizaciones muchas de estas no saben cómo implementarlas generando confusión a la hora de emplearla.

En el Perú este término es nuevo, sin embargo, está teniendo mucha acogida, en especial por los usuarios de las marcas que lo realizan. En la actualidad el consumidor prefiere adquirir un producto el cual tiene un plan de responsabilidad social.

La Responsabilidad social empresarial no solo es brindar ayuda sino ejercer planes lo cuales aporten con la ciudadanía, y a cambio de ello contarán con usuarios satisfechos y fidelizados con la organización. Estas acciones buscan el ganar – ganar, beneficiando a ambas partes.

Los municipios en el Perú son considerados puntos claves para llegar a toda la población. Cada municipio realiza distintas actividades a favor de sus ciudadanos, sin embargo, no hay una claridad en la definición de términos los cuales permitan diferenciar que acciones se están tomando.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la situación de la realidad problemática

La responsabilidad social empresarial hoy en día se desarrolla no solo en el ámbito privado sino también público, en muchos países se trabaja con este nombre, pero en el Perú varios municipios en especial rurales lo consideran como Planes de desarrollo Local, donde busca la realización de distintas actividades en favor a la comunidad.

Todo gobierno local, representado por una Municipalidad distrital o provincial, tienen una obligación mayor cuando hablamos de responsabilidad social empresarial, y es que, de acuerdo a sus competencias y atribuciones son los llamados a velar por los intereses de la sociedad, los que deben estar en armonía con la diversidad cultural e histórica.

En ese sentido, la sociedad necesita generar nuevas alternativas de desarrollo, debiendo comprometerse a desarrollar proyectos que tengan como principal consecuencia la obtención de beneficios sociales y medioambientales, esto es, una verdadera aplicación del concepto de responsabilidad social empresarial.

Debido a la pandemia del Covid – 19 una serie de medidas se establecieron en el país para evitar el aumento de contagios de la enfermedad, entre ellas el aislamiento social obligatorio que impidió que se desarrolle con normalidad distintas actividades económicas, perjudicando los ingresos monetarios de la población.

La provincia de San Miguel durante el confinamiento continuo con sus actividades de ganadería y agricultura y aun así vieron mermados sus ingresos. Es por eso que lo que el presente trabajo busca DESXCRINIR es la influencia que tuvo la responsabilidad social en esta provincia cajamarquina durante la cuarentena.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

- ¿Cómo se desarrolla la responsabilidad social empresarial en la provincia de San Miguel del departamento de Cajamarca durante el aislamiento social obligatorio?

1.2.2. Problemas específicos

- ¿Qué mejoras trae consigo la Filantropía en el gobierno local de San Miguel de Cajamarca durante el aislamiento social obligatorio?
- ¿Qué impacto tiene la Inversión Social en el gobierno local de San Miguel de Cajamarca durante el aislamiento social obligatorio?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo general

- Describir cómo se desarrolla la responsabilidad social empresarial en la provincia de San Miguel del departamento de Cajamarca durante el aislamiento social obligatorio.

1.3.2. Objetivos específicos

- Describir cómo se desarrolla la Filantropía en el gobierno local de San Miguel de Cajamarca durante el aislamiento social obligatorio.

- Describir la Inversión Social en el gobierno local de San Miguel de Cajamarca durante el aislamiento social obligatorio.

1.4. Justificación de la investigación

1.4.1. Importancia de la investigación

El actual estudio de investigación busca describir la responsabilidad social empresarial en la provincia de San Miguel y mediante ello ver la manera de impulsar a otras localidades a realizar la misma actividad. Así también este proyecto de investigación será referente para próximas investigaciones que tenga relación con la responsabilidad social empresarial.

1.4.2. Viabilidad de la investigación

Este trabajo de investigación es viable ya que cuenta con la disponibilidad de información como tesis, artículos, revistas, entre otros, sobre la responsabilidad social empresarial, así como una amplia bibliografía en relación a los términos que se utilizan en esta materia. Así también se cuenta con la disposición de llegar a la zona para realizar los estudios pertinentes, pese a que se encuentra a 14 horas de Lima Metropolitana.

Asimismo, debido a la pandemia que actualmente estamos viviendo, muchas de las plataformas virtuales, como bibliotecas, repositorios, entre otros, están brindando mayor facilidad para su acceso que, en algunos casos, los contenidos que eran pagados, ahora son rebajados e incluso gratuitos, lo que permitirá poder contar con información de calidad a fin de fundamentar adecuadamente nuestra investigación.

1.5. Limitaciones del estudio

Las limitantes en la ejecución del trabajo de investigación es el corto tiempo para realizar el proyecto a profundidad, así mismo la poca accesibilidad a libros físicos debido a que hoy en día muchas de las universidades se encuentran cerradas y las bibliotecas aún no se han aperturado.

Otra de las limitaciones es el difícil acceso a información de carácter confidencial que tiene la municipalidad de la provincia de San Miguel.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

Núñez, A. (2016). *Responsabilidad social municipal y el impacto ambiental en la provincia de Huancayo* (Tesis de Doctorado). Universidad Nacional del Centro del Perú. Facultad de ciencias de la administración. Huancayo, Perú.

En este trabajo de investigación se buscas hallar la relación entre el impacto ambiental en Huancayo y la responsabilidad social municipal; para ejecutarlo se necesitó encuestar a pobladores y trabajadores de municipio para corroborar cómo se relacionan estas dos áreas.

La metodología que se utilizó fue de lo general a lo específico, y su objetivo principal es describir las variables y ver la relación que hay entre estas. Se ha evaluado a pobladores de Huancayo, Tambo y Chilca ya que son estos los que cuentan con un mayor número de pobladores y aportan mucho más en la ejecución de la investigación.

El problema de investigación es la responsabilidad social dentro del municipio de Huancayo, Tambo y Chilca en el recojo inadecuado de residuos

sólidos midiendo el impacto ambiental en las zonas. El recojo de residuos está a cargo de la empresa DIESTRA que fue contratada por la Gerencia de Servicios Públicos Locales de la Municipalidad de Provincial de Huancayo, siendo este un trabajo que debería realizarse con ayuda de los gobiernos regionales provinciales, sin dejar de lado a los gobiernos distritales; en este análisis busca la percepción de la población frente a la variable responsabilidad social e impacto ambiental.

Los pobladores de Huancayo, Tambo y Chilca desean ser capacitados acerca del manejo de residuos sólidos, mostrando así su gran interés por colaborar con el cuidado del medio ambiente. Pero no solo se necesita la capacitación de los pobladores y la intención de estos por mejorar sino también involucra el traslado de estos residuos o la transformación de esta.

En conclusión, se ha determinado que hay una relación significativa con la responsabilidad social municipal y el efecto ambiental; así también la relación que existe entre la prevención de las molestias públicas y el planeamiento ambiental; las comisiones ambientales; la prevención de la contaminación ambiental; la promoción de la salud pública y las medidas de protección y conservación. Todas estas variables están relacionadas y crean un impacto fuerte en Huancayo, Tambo y Chilca según las encuestas realizadas en este trabajo. Y en relación a la investigación que estoy realizando esa tesis cuenta con cierta similitud en la investigación de la responsabilidad social empresarial

en el municipio, trabajando así con la misma variable, pero enfocándonos en el turismo sostenible.

Lavado de la Puente, P. (2015). *Efectos de las políticas y estrategias de responsabilidad social y empresarial en el Perú* (Tesis de Doctorado). Universidad de San Martín de Porres. Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Financieras. Lima, Perú.

En este trabajo de investigación se analiza la importancia de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) tanto en grandes y como en pequeñas empresas. Se centra en establecer los efectos de las políticas y estrategias de RSE que se implementan en las empresas del Perú.

Su metodología usada fue descriptiva simple, la cual consistía en evaluar a funcionarios de las empresas más representativas de Lima Metropolitana y Provincia Constitucional del Callao. Se ha utilizado el método de observación científica así también entrevista y cuestionario.

El problema de investigación en este trabajo es el desconocimiento de cuáles son los efectos de las políticas y estrategias de Responsabilidad Social Empresarial que se implementan en las empresas del Perú.

Se busca determinar los efectos de las políticas y estrategias de RSE que se ejecutaran en las empresas del Perú, con la finalidad de dar a conocer la importancia de al Responsabilidad Social Empresarial en la actualidad y como es que se logra realizar a través de estrategias claras y concisas.

En conclusión, esta investigación tiene mucha relación con el trabajo que se está llevando a cabo, ya que muestra la responsabilidad social empresarial como prioridad en el funcionamiento dentro de las organizaciones.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Responsabilidad Social Empresarial

La Responsabilidad Social Empresarial es hoy en día una forma por la cual la organización puede conseguir innumerables beneficios comunicando sus actos realizados a favor del medio ambiente y de la sociedad. Así también esta se puede convertir en un valor diferencial frente a otras empresas, creando mayor cantidad de oportunidades frente a la competencia.

Según señala el Foro de la Empresa y la Responsabilidad Social en las Américas: “La RSE se refiere a una visión de los negocios que incorpora el respeto por los valores éticos, las personas, las comunidades y el medio ambiente. La RSE es un amplio conjunto de políticas, prácticas y programas integrados en la operación empresarial que soportan el proceso de toma de decisiones y son premiados por la administración”

Otra forma de ver a la Responsabilidad Social Empresarial es poniéndola como obligación para todas las organizaciones ya que no solo se trata de generar

ganancias sino también apoyar mediante distintas actividades a los que más necesitan, así como protegiendo el medio ambiente; sin embargo, la responsabilidad social empresarial es un acto voluntario. Según Peter Drucker “cada organización debe asumir la plena responsabilidad por el efecto que tenga en sus empleados, en el entorno, en los clientes y en cualquier persona o cosa que toque. Eso es responsabilidad social”.

En el Perú la responsabilidad social recién está comenzando y esto trae consigo algunos problemas, esto quiere decir que una de las falencias que está teniendo, es la existencia de muy poca inversión por parte de las organizaciones en el fomento de acciones socialmente responsables; así mismo existe una mala comunicación por parte de las organizaciones que si la realizan este tipo de acciones, porque pueden ser ejecutadas sólo por un área dejando de informar al resto de la empresa.

Según Portocarrero y Sanborn señalan que “dos de las principales características de la responsabilidad social empresarial es la falta de un compromiso institucionalizado con respecto a la RSE, así como la negativa a establecer prácticas socialmente responsables dentro de la gestión de la organización”.

La ciudadanía corporativa es la manera en que la empresa emplea valores sociales básicos en la ejecución de sus actividades operaciones, comerciales y políticas cotidianas. A diferencia que la Responsabilidad Social Empresarial se preocupa no solo por la comunidad sino también por el medio ambiente.

En el 2018, 63 empresas peruanas fueron reconocidas como socialmente responsables otorgadas por la organización Perú 2021, destacando así: Aceros

Arequipa, Arca continental Lindley, Atento Perú y Apc corporación en donde se evaluaron valores, filosofía y cultura de las organizaciones, así también se observó la evolución del entorno, concomitante a las acciones realizadas de valor responsable y el relacionamiento con las comunidades y finalmente evalúan los riesgos e impactos. Esto quiere decir que las organizaciones si están tomando conciencia de la importancia que realizar RSE ya que no solo ayudan sino también ganan reputación.

2.2.2 Dimensión Filantropía

La palabra proviene del griego *philos* que significa amor y de *anthròpos* para hombre, esto quiere decir que es el amor hacia la humanidad, que es manifestado mediante acciones caritativas.

La filantropía está más orientada, como bien dice el significado de la palabra, en la caridad hacia las demás personas, buscan ayudar sin recibir nada a cambio. Muchas de las organizaciones en el Perú practican estas acciones sin

embargo no lo consideran como filantropía sino simplemente como una acción a favor de la ciudadanía. Sin embargo, la filantropía al ser un conjunto de acciones no cuenta con un plan de ejecución o seguimiento, es una actividad fugaz o solo por temporada la cual brinda donaciones de dinero. Un ejemplo de ello es Microsoft el cual donó más de mil millones a organizaciones no lucrativas con la ayuda de todos sus trabajadores, esta actividad la suele hacer una vez al año recaudando 25 dólares por hora teniendo de voluntarios a sus propios colaboradores.

Pero la filantropía como concepto es según Harris (2003). “cumple un papel crucial en la promoción de una sociedad civil sana, sostenible y democrática no sólo al apoyar organizaciones individuales de la sociedad civil, sino también a través de la construcción de las bases para el pluralismo, la participación cívica, la equidad y la justicia social”

Esta acción puede ser realizada por una organización o una persona natural de forma anónima, ya que esta no busca necesariamente promocionarse sino ayudar, pero también existen organizaciones que mediante esta acción buscan mejorar su imagen pública. La filantropía también se relaciona mucho con la publicidad emitida ya que mediante ello promocionan la ayuda brindada.

Un ejemplo de cómo trabaja la filantropía una empresa peruana es Ecoeficiencia SURA, el cual realiza limpieza a las playas del litoral; aquí se convoca a los trabajadores y personas que quieran ser parte de esta actividad, en donde se les brinda todas las facilidades para realizar el recojo de desechos

los cuales serán clasificados y reciclados con el fin de generar un ingreso el cual será donado a distintas organizaciones sin fines de lucro.

El empresario árabe Yaqoob Mubarak llegó al Perú para brindar ayuda a las personas que más lo necesiten de manera urgente mediante donaciones económicas. Yaqoob se paseó por todo el país en busca de peticiones de ayuda con el fin de apoyarlos. Una de las tantas acciones que realizó el empresario fue la compra de una máquina la cual fue adquirida en Estados Unidos y se quiso ingresar al Perú para seguir con el tratamiento de una niña, por ende, hizo un pedido al MINSA (Ministerio de Salud) para que esta pueda ser ingresada al país, ya que fue retenida por Aduanas.

2.2.3 Dimensión Inversión social

La página del UK Social Investment Forum define la inversión socialmente responsable a que todas sus acciones que está patenta tiene que ver con los objetivos financieros lo cuales van alineados a la preocupación social, paz y medio ambiente. Eso quiere decir que es una forma de trabajar con la ganancia de la empresa para beneficiar a la población.

Según el análisis de Jenson (2007), “En la perspectiva de la inversión social el gasto está enfocado como consumo que traerá recompensas en el futuro. Se acepta que el Estado tenga un papel significativo, sin embargo, debe buscar futuros beneficios. Como en un negocio exitoso, debe incrementar el margen de beneficios. Los gastos actuales, por el contrario, deben ser limitados,

si bien debe haber ciertos costes fundamentales que deben mantenerse para hacer que la empresa sea solvente, por ejemplo, proveyendo protección contra los costes de la exclusión social". Un ejemplo de ello son las mineras las cuales realizan construcciones de carreteras favoreciendo a esta para el transporte de materiales o personal, pero así también estaría favoreciendo a la población cercana. Pero esto no es lo único que realizan, en los planes dentro de la minera existen la construcción de colegios, hospitales, zonas recreativas, entre otros; sin ver el manejo de estas o si se están usando correctamente.

La Inversión Social se centra en la educación, nutrición y salud, por ende, muchas organizaciones se han enfocado en estos tres puntos por separado. Un ejemplo en el ámbito de la educación sería BCP (Banco Central del Perú) el cual promueve el uso de softwares educativos para los docentes, así como programas de emprendimiento para los estudiantes que están cursando la secundaria. Otro programa que actualmente están realizando es el financiamiento y entrega de becas de los cinco primeros puestos de la secundaria.

En el ámbito de salud, Edelnor es una de las organizaciones que destaca más ya que realiza programas con el nombre "Salud para todos" ejecutado cada cuatro veces al año, en donde se brindan charlas preventivas y la facilidad de chequearse, contando con 20 especialidades a su disposición.

Y finalmente, en nutrición se encuentra Alicorp el cual cuenta con el programa "La Radio Saludable" donde se difunde mensajes educativos acerca

de la nutrición y el desarrollo infantil en zonas rurales en donde se desconoce de estos temas, esto se realiza junto con el apoyo de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias. Estos programas no solo son transmitidos en español sino también en quechua, generando así una mejor interacción con el público objetivo y el mensaje pueda llegar a todos.

2.3 Definición de términos básicos

La responsabilidad social municipal: Compromiso de cumplir con los ideales de los ideales de la población a través del municipio, en todos los aspectos.

Sostenibilidad: Son acciones que puede perdurar en el tiempo, si la necesidad de interferir en las futuras generaciones.

Desarrollo Sostenible: Realizar distintas acciones con el fin de satisfacer necesidades, sin perjudicar el porvenir de las nuevas generaciones.

La Responsabilidad Social Empresarial: Es un atributo adicional de la empresa la cual permite beneficiar a todos sus públicos, tanto internos como externos.

Filantropía: Es el apoyo desinteresado ya sea económico o a través de bienes con el fin de favorecer a una persona o comunidad que necesite ayuda.

Comunidad: Es un conjunto de personas que comparten las mismas características sociales y que comparten ideales.

Negociación Colectiva: La negociación colectiva permite beneficiar a los grupos involucrados con la finalidad de buscar equidad en ellos.

Ética: Es la percepción del bien y el mal que tiene el ser humano en cada acción que realiza.

Marketing Social: Busca velar por el interés de las empresas, satisfaciendo las necesidades del público objetivo, sin dejar de lado el bienestar del cliente.

Público: Es un grupo de personas las cuales me voy a dirigir con algún fin para lograr un objetivo.

Emprendimiento social: Es un proyecto de negocio con vocación sostenible impulsado por una persona o empresa con una fuerte visión social que introduce novedades de manera creativa.

Población vulnerable: Es un grupo de personas cuentan con bajos recursos económicos, y además cuentan con acceso limitado a los servicios básicos.

La Ciudadanía Corporativa: Se basa en el reconocimiento de que las empresas tienen derechos y responsabilidades que van más allá de la maximización de las ganancias en el corto plazo. Fuente: Banco Mundial

Acción social: Es toda actividad que tiene como fin ayuda en diferentes áreas las cuales carezcan de alguna necesidad.

CAPÍTULO III: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

BIBLIOGRÁFICA

Desde el punto de vista de los autores podemos definir que la responsabilidad social empresarial es una acción fundamental que deberían realizar todas las organizaciones tanto públicas como privadas, con el fin de beneficiar a sus públicos; muchas veces las empresas atraviesan crisis o momentos difíciles es por ello las empresas deberían reaccionar de manera coherente con la filantropía de la misma, así como lo describe el siguiente autor:

“La responsabilidad social de la empresa es una visión y filosofía empresarial que sostiene que esta puede y debe jugar un rol más allá de hacer utilidades o ganancias. Es también una conciencia de que lo que las empresas producen tiene impactos directos e indirectos dentro y fuera de la compañía” (Caravedo, 1996, p. 21).

Para poder desarrollar la responsabilidad social empresarial se necesita de una empresa que cumpla con todas las normas y leyes con el fin de poder generar ayuda de manera correcta, proporcionando beneficios para la organización, así como los que formen parte de la misma. Y es por ello que cuando atraviesen por diferentes crisis estas tienen que seguir en pie, sin dejar de lado a su público interno.

CONCLUSIONES

Estas son las conclusiones a las que se ha podido llegar luego de un intenso análisis, el cual brinda un panorama más claro de la situación, ya que contesta a los objetivos planteados en un inicio:

- La responsabilidad social empresarial en la provincia de San Miguel del departamento de Cajamarca durante el aislamiento social obligatorio se ha ido desarrollando con diferentes actividades como la colaboración de proyectos voluntarios, así como preocuparse por reducir los desechos de manera responsable mediante campañas de concientización para la población san miguelina. Así también ha desarrollado actividades virtuales en la época del confinamiento con la finalidad de involucrarse con la comunidad.
- La Filantropía en el gobierno local de San Miguel de Cajamarca durante el aislamiento social obligatorio se ha desarrollado mediante donaciones de implementos para la agricultura y la entrega de canastas con alimentos de primera necesidad para los pobladores vulnerables.
- La Inversión Social en el gobierno local de San Miguel de Cajamarca durante el aislamiento social obligatorio se ejecutó mediante la entrega de kits de herramientas JASS para mejorar el mantenimiento del sistema de agua y aportar a que las comunidades tengan un sistema adecuado.

REFERENCIAS

Brundtland, G.H. (1987) *Nuestro futuro común* Publicación del Informe Brundtland de la Comisión Mundial del Medio Ambiente y el Desarrollo: Our Common Future.

Cajiga, J. (2010). *El concepto de responsabilidad social*. CEMEFI.

Canessa, G. y García, E. (2005) *El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial en el Perú y en el Mundo*. Perú: Perú2021. Recuperado de: <https://centroderecursos.cultura.pe/sites/default/files/rb/pdf/abc%20de%20la%20rse%20en%20el%20peru%20y%20el%20mundo.pdf>

Capriotti, P. y Schulze, F. (2010) *Responsabilidad Social Empresarial*. Barcelona, España.

Caravedo, Baltazar, 1996, *Empresa, Liderazgo y Sociedad*. Perú 2021 y SASE, Editores. Lima.

Drucker, P. (1996) *La gestión en tiempos de grandes cambios*. Ediciones Gestión 2000 S.A. p. 83.

Gilli, J. (2013) *Responsabilidad social*. Revista científica "Visión de futuro". Recuperado de: <http://revistacientifica.fce.unam.edu.ar/>

Harris, Christopher, “*Making Grants: The Social Justice Gap*”, Ford Foundation Report, Summer 2003, pp. 46-47.

JENSON, J. (2007), “*Redesigning citizenship regimes after neoliberalism. Ideas about social investment*”, en Canada Research Chair in Citizenship and Governance, [Consulta: 15 marzo 2012] Disponible en: <http://www.cccg.umontreal.ca/pdf/Jenson%20RC19%2007.pdf>

Jorge V. Villalobos Grzybowicz, Presidente Ejecutivo del Cemefi. II Conferencia Interamericana de Responsabilidad Social Empresarial “Del Dicho al Hecho”. BID / Cemefi. México, D.F. 2004.

Kotler, P (1991) *Fundamentos de Mercadotecnia*. Prentice Hall Latinoamericana. México.

Núñez, A. (2016). *Responsabilidad social municipal y el impacto ambiental en la provincia de Huancayo* (Tesis de Doctorado). Universidad Nacional del Centro del Perú. Facultad de ciencias de la administración. Huancayo, Perú.

OIT (2007). *Negociación Colectiva*. Recuperado de: <https://www.ilo.org/public/spanish/dialogue/themes/cb.htm>