



**ESCUELA DE POSGRADO**  
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**Responsabilidad social empresarial de la gerencia  
servicios públicos de la Municipalidad de San Martín de  
Porres, 2017**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:**  
Maestro en Gestión Pública

**AUTOR:**

Br. Jesús Leonidas Moya Camarena

**ASESOR:**

Dr. Alejandro Menacho Rivera

**SECCIÓN:**

Ciencias Empresariales

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Administración del talento humano

LIMA- PERÚ

2017

**Página del Jurado**

Juan Méndez Vergaray

Dr. presidente

Dra. Lidia Neyra Huamaní

Secretario

Dr. Alejandro Sabino Menacho Rivera

Vocal

**Dedicatoria**

A mis padres: Don Leónidas y Doña Marina.

## **Agradecimientos**

Gracias Dios por ayudarme a terminar este proyecto iniciado hace dos años y por sembrar en mí el grano de la perseverancia, sin el cual no se hubiera recogido esta cosecha; estoy seguro de que sin vuestra bendición nada hubiera sido posible.

## Declaratoria de autenticidad

En calidad de autor de la tesis de investigación titulada: Responsabilidad Social Empresarial de la gerencia de servicios públicos de la municipalidad de San Martín de Porres, 2017 y como estudiante de la maestría en Gestión Pública declaro:

Que soy el único responsable de su formulación y como tal constituye mi propiedad intelectual.

Que fueron construidos los elementos del proyecto, empleando durante su desarrollo, citando adecuadamente la autoría de los referentes teóricos, métodos, técnicas e instrumentos empleados ya sea directamente o adaptados en la elaboración de la presente tesis.

Que los datos obtenidos fueron fidedignamente proporcionados por los integrantes de la muestra y el contexto geográfico establecido.

Que la descripción que se presenta en los datos, así como el tratamiento estadístico al que fueron sometidos es veraz y se deja a disposición la base de datos para su comprobación, cuando se considere necesario.

Que el desarrollo del trabajo fue realizado dentro del marco ético que corresponde a la investigación social, con respeto a las normas y derechos de la persona.

Por tanto, la tesis elaborada y presentada constituye una investigación auténtica e inédita, la cual quedará debidamente registrada en la Escuela de Postgrado de la Universidad César Vallejo.

Lima, 13 de mayo del 2017

.....

Bach. Jesús Leonidas Moya Camarena

DNI 08668833

## Presentación

Señores miembros del jurado:

En cumplimiento de las normas establecidas en el Reglamento de Grados y Títulos para optar el grado académico de Magister en Gestión Pública en la Universidad César Vallejo, pongo a disposición de los miembros del jurado la tesis titulada Responsabilidad Social Empresarial de la gerencia de servicios públicos de la municipalidad de San Martín de Porres, 2017.

La investigación tiene ocho capítulos estructuralmente interrelacionados en forma secuencial, determinados por la Universidad César Vallejo, los cuales se detallan a continuación: el Capítulo I contiene la introducción, los antecedentes, la realidad problemática, la formulación del problema y objetivos. El capítulo II corresponde al marco metodológico, la variable Responsabilidad Social Empresarial (RSE) que fue descrita sobre la base teórica actualizada, que a su vez sirvió de base para su operacionalización, metodología, tipo de estudio, diseño, población y muestra técnica e instrumento de recolección de datos y métodos de análisis de los mismos. El capítulo III incluye los resultados, que se muestran de manera descriptiva. El capítulo IV detalla analíticamente la discusión de resultados en función de los antecedentes, así como los fundamentos teóricos frente a los hallazgos obtenidos; el aporte es fruto de mi creación; el capítulo V resalta de manera crítica las conclusiones trascendentes de la presente investigación. En el capítulo VI, predominan las recomendaciones sustentadas en los resultados obtenidos. El capítulo VII muestra las referencias bibliográficas consultadas para el impulso del presente trabajo de investigación crítica. Finalmente, el capítulo VIII de los anexos donde se presentan los instrumentos, la base de datos utilizada, la matriz de consistencia y la validez del instrumento. Constituye mi mayor anhelo, señores miembros del jurado, que la presente investigación cumpla con las exigencias establecidas por la Universidad César Vallejo y la comunidad científica nacional e internacional.

El autor.

## Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo principal determinar la percepción existente de la Responsabilidad Social Empresarial de la gerencia de servicios públicos de la Municipalidad de San Martín de Porres, 2017. La investigación es descriptiva, pues describe las propiedades y características de procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis, esta investigación tiene también un enfoque cuantitativo pues brinda datos exactos y medibles. Asimismo, el estudio se enmarcó en la investigación básica, de la misma manera para la ejecución de la investigación se trabajó con una población de 110 personas, a quienes se les aplicó el cuestionario para realizar la Prueba Piloto, el cual consta de 27 preguntas elaborados para la variable Responsabilidad Social Empresarial. Los resultados obtenidos determinaron la percepción de la Responsabilidad Social Empresarial de la Gerencia de Servicios Públicos de la Municipalidad de San Martín de Porres, porque a través del resultado descriptivo del cuestionario de preguntas se logró apreciar que un 58.18% de los encuestados afirman que Responsabilidad Social Empresarial tiene un nivel de percepción poco aceptable.

Palabras claves: Responsabilidad Social Empresarial, fundamentos éticos, marketing social y responsabilidad social interna.

## **Abstract**

This research had as main objective to determine the existing perception of the Corporate Social Responsibility of the Management of Public Service of the City Hall of San Martín de Porres. This research is descriptive type, because describes the properties, characteristics of groups, processes or any other phenomenon that is subjected to an analysis, this research have also a quantitative approach, because provides accurate and measurable data. This study has also part of basic research. Similarly, for the execution of this investigation we work with a population of 110 people, to whom they were provided the questionnaire Pilot Test, which consists of 27 questions elaborated for the variable Corporate Social Responsibility. The result obtained determined the perception of the Corporate Social Responsibility of the Management of Public Service of the City Hall of San Martín de Porres, because through the descriptive result of the questionnaire, 58.18% of the responders said the “Corporate Social Responsibility has not acceptable level of perception.

Keys words: Corporate Social Responsibility, ethical foundations, social marketing and internal social responsibility

## Lista de Contenidos

|  | <b>Pág.</b> |
|--|-------------|
| Portada  | i           |
| Página del jurado                                    | ii          |
| Dedicatoria  | iii         |
| Agradecimiento                                       | iv          |
| Declaratoria de autenticidad                         | v           |
| Presentación   | vi          |
| Resumen  | vii         |
| Abstract   | viii        |
| Lista de Contenidos                                  | ix          |
| Lista de tablas                                      | xi          |
| Lista de figuras                                     | xii         |
| <b>I. Introducción</b>                               | <b>13</b>   |
| 1.1 Antecedentes                                     | 14          |
| 1.2 Fundamentación científica, técnica o humanística | 23          |
| 1.3 Justificación                                    | 46          |
| 1.3.1 Justificación Práctica                         | 46          |
| 1.3.2 Justificación Teórica                          | 46          |
| 1.3.3 Justificación Metodológica                     | 46          |
| 1.3.4 Justificación Legal                            | 46          |
| 1.3.5 Justificación Epistemológica                   | 47          |
| 1.4 Problema   | 47          |
| 1.4.1 Formulación del problema                       | 49          |
| 1.4.1.1 Problema General                             | 49          |
| 1.4.1.2 Problema Específico                          | 49          |
| 1.5 Objetivos  | 50          |
| 1.5.1 General  | 50          |
| 1.5.2 Específico                                     | 50          |
| <b>II. Marco metodológico</b>                        | <b>51</b>   |
| 2.1 Variables y su definición conceptual             | 52          |
| 2.1.1 Definición Conceptual                          | 52          |
| 2.1.2 Definición Operacional                         | 52          |

|   |           |
|---|-----------|
| 2.2 Operacionalización de variables   | 52        |
| 2.3 Metodología   | 53        |
| 2.4 Tipo de estudio   | 54        |
| 2.5 Diseño  | 54        |
| 2.6 Población muestra y muestreo  | 54        |
| 2.7 Técnica e instrumento de recolección de datos   | 55        |
| 2.7.1 Técnicas  | 55        |
| 2.7.2 Instrumentos  | 55        |
| 2.8 Métodos de análisis de datos  | 56        |
| 2.9 Consideraciones Éticas  | 56        |
| <b>III. Resultados</b>  | <b>57</b> |
| 3.1 Presentación de Resultados  | 58        |
| 3.1.1 Frecuencia de la variable RSE   | 58        |
| 3.1.2 Frecuencia de las Dimensiones de la variable RSE  | 59        |
| <b>IV. Discusión</b>  | <b>62</b> |
| <b>V. Conclusiones</b>  | <b>65</b> |
| <b>VI. Recomendaciones</b>  | <b>67</b> |
| <b>VII. Referencias</b>   | <b>69</b> |
| <b>VIII. Anexos</b>   | <b>72</b> |
| Anexos 1. Matriz de consistencia  | 73        |
| Anexos 2. Constancia emitida por la institución que acredite la realización del estudio en situ | 75        |
| Anexos 3. Matriz de datos   | 76        |
| Anexos 4. Matriz de datos de la confiabilidad   | 78        |
| Anexos 5. Instrumento   | 79        |
| Anexos 6. Carta de consentimiento firmado   | 80        |
| Anexos 7. Formato de validación del instrumento   | 81        |
| Anexos 8. Artículo científico   | 84        |

## Lista de tablas

|  | <b>Pág.</b> |
|--|-------------|
| Tabla 1: De operacionalización de la variable RSE                    | 53          |
| Tabla 2: Descripción del instrumento                                 | 55          |
| Tabla 3: Niveles de RSE  | 58          |
| Tabla 4: Niveles de fundamentos éticos                               | 59          |
| Tabla 5: Niveles de frecuencias del marketing social                 | 60          |
| Tabla 6: Niveles de frecuencias de la responsabilidad social interna | 61          |

**Lista de figuras**

|  | <b>Pág.</b> |
|--|-------------|
| Figura 1: Niveles frecuenciales de la Responsabilidad social empresarial | 58          |
| Figura 2: Niveles frecuenciales éticos                                   | 59          |
| Figura 3: Niveles frecuenciales de Marketing social                      | 60          |
| Figura 4: Niveles frecuenciales de la Responsabilidad social interna     | 61          |

## **I. Introducción**

### **1.1. Antecedentes nacionales**

Del Castillo (2015) presentó la investigación titulada “Análisis de la efectividad de la Mesa de Diálogo de Responsabilidad Social como promotora del desarrollo de la Provincia de Talara, Piura, Perú Periodo 2012 - 2013”, para optar el grado académico de Magíster en Gerencia Social de la Escuela de Postgrado de la Universidad Pontificia Universidad Católica del Perú en Lima. El estudio fue de tipo explicativo, la muestra estuvo compuesta por 32 personas, hizo uso del cuestionario, guía de entrevista y ficha de vaciado para la recolección de datos. El autor llegó a las siguientes conclusiones; si bien la mesa de diálogo de responsabilidad social cuenta con un reconocimiento por parte de la mayoría de grupos de la sociedad civil, esta a su vez ha generado que su impacto sobre el desarrollo provincial sea mínimo, debido a las diferencias políticas por tener el poder dentro de la mesa de dialogo de responsabilidad social. En el marco de las sesiones, las empresas presentan programas de responsabilidad social que se vienen dando en la comunidad; el consejo directivo tomó la decisión de incluir a las juntas vecinales y a otras organizaciones de base dentro de sus reuniones, el cual generó malestares en los participantes a los cuales se les consideran conflictivos y que no aportan ningún beneficio para el desarrollo, y también podemos observar el poco conocimiento que tiene la población sobre la mesa de diálogo ya que esta carece de un sistema de información estructurado que dé a conocer las decisiones, los acuerdos y resultados de la misma; la mesa de dialogo está compuesta por varias empresas privadas que se dedican a la explotación de hidrocarburos, la empresa nacional de petróleo, empresas públicas de prestación de servicios, autoridades municipales, sociedad civil organizada y periodistas locales. la dinámica de participación en la mesa de dialogo de responsabilidad social está caracterizada por reuniones de diferente índole, que se realizan mensualmente; en el año 2013, la mesa enfrentó una crisis producto de la exposición mediática del caso de malversación de fondos públicos donde estuvo implicado el ex alcalde de Talara y varios de sus miembros tomaron la decisión de renunciar; la mesa de dialogo de responsabilidad social presenta una participación de autoridades políticas y empresas está fuertemente representado y tienen la cantidad mayor de participaciones y propuestas frente al grupo de la sociedad civil. Esta situación ha hecho que la población tome como

alternativa medidas de protesta para hacer escuchar sus necesidades; se considera más como una plataforma de diálogo cuyo fin en sí mismo es el de participar y más no se ve que su desarrollo beneficie a la comunidad, por tal sentido los participantes como la población de Talara, reconoce que ha logrado reunir a todos los sectores que están dentro del ámbito del desarrollo de la ciudad; las actividades de responsabilidad social de las empresas como los acuerdos que se realizan no se encuentran dentro del plan. En varias ocasiones se terminan discutiendo otros temas que tienen que ver más con la intervención del gobierno central que con la ejecución de proyectos locales. Cabe resaltar que el plan de desarrollo concertado 2012 – 2021 es una herramienta que diagnóstica los principales problemas que enfrenta la provincia y que está alineado con el plan de desarrollo nacional.

Elías y Vila (2014) presentó la investigación titulada “Análisis de la responsabilidad social universitaria de la Pontificia Universidad Católica del Perú en el proyecto construcción de viviendas seguras y saludables, para las familias afectadas por el sismo en el centro poblado La Garita - Chincha”, para optar el grado académico de Magíster Gerencia Social de la Escuela de Postgrado de la Universidad Pontificia Universidad Católica del Perú en Lima. Se eligió un total de 17 actores claves y 30 familias de La Garita de tal manera que se constituyó un número accesible para la aplicación de los instrumentos, hizo uso de un cuestionario para la recolección de datos. El autor llegó a las siguientes conclusiones; en la línea de acción gestión interna, se requiere una evaluación razonable y realista de los productos que son necesarios para la reconstrucción de una comunidad afectada, pues esto permite planificar intervenciones factibles de restauración; las situaciones extremas pueden causar estrés y afectar el ánimo de las personas involucradas, es por ello que es necesario incorporar un equipo de apoyo psicológico en los proyectos de “emergencia”; en línea de acción: proyección social la población afectada debe tener una participación permanente en los proyectos de reconstrucción, desde el diseño hasta la planificación de los mismos; es fundamental coordinar con las instituciones y autoridades locales, para fomentar el apoyo en situación de desastre; es preferible definir la participación de la población afectada con diálogo y

negociación constante, ya que de esta manera no habrá limitaciones para las personas de escasos recursos; toda actividad humana implica compromiso y responsabilidad, por lo cual debe desempeñarse con empatía.

Escobar (2015) presentó la investigación titulada “La responsabilidad social empresarial como Medio de rentabilidad y competitividad”, para optar el grado académico de Magíster en Derecho de la Empresa con Especialidad en Gestión Empresarial de la Escuela de Postgrado de la Universidad Pontificia Universidad Católica del Perú en Lima. El autor llegó a las siguientes conclusiones; la empresa conforma parte del entorno social, económico y ambiental, de esta manera le corresponde la condición de persona jurídica y un deber de ciudadanía por el cual debe integrarse a ella y de ese modo contribuirá al desarrollo general; nos muestra la empresa que mantiene responsabilidades dentro del entorno. El cual no implica que se aminoren los objetivos económicos de la empresa, si no que se logren mas beneficios sostenibles a largo plazo tanto para los grupos de interés y la empresa lógicamente para sus fines económicos, lo que no deja de lado sus responsabilidad frente a su entorno; el objetivo de la empresa es buscar medios responsables que generen rentabilidad, considerando el bien común del entorno, el desarrollo sostenible y su visión; en conclusión el retorno económico a la empresa, no solo se basa en la mayor venta o mas inversión, si no se tiene que ver también la parte de operaciones de ahorro en costos, mayor eficiencia de los procesos productivos y otros que mejoran su imagen ante el entorno; la RSE es necesario obtener beneficios reales que generen valor a la empresa y así poder realizar una medición de la rentabilidad de los proyectos , por lo tanto la adecuada gestión estratégica de RSE, la planificación y evaluación de sus proyectos permiten evidenciar sus beneficios económicos, considerando que esto será posible a largo plazo y mediante acciones constantes de la empresa; la empresa está en la capacidad de satisfacer las necesidades del mercado e intereses de las personas de la comunidad, y obtener rentabilidad, mantener una relación de bienestar equilibrada con su entorno además de preservar el medio ambiente.

Lapa (2014) presentó la investigación titulada “La Responsabilidad Social Empresarial frente a la colectividad laboral en el Perú”, para optar el grado académico Doctor en Contabilidad y Finanzas de la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Financieras Sección de Posgrado de la Universidad San Martín de Porres en Lima. El objetivo general fue analizar la aplicación de la RSE en la comunidad laboral. El autor llegó a las siguientes conclusiones; se viene demostrando que La RSE son cada vez más importante para la competitividad y desarrollo de las empresas. Las empresas socialmente responsables son más atractivas para los clientes, para los empleados y para los inversores. Además, al combinar ganancias con principios, la RSE crea situaciones siempre ventajosas para la empresa y para la sociedad; también podemos relevar la RSE que viene ha ser una propuesta comercial al desafío del desarrollo sostenible, y abarcando responsabilidades sociales, ambientales y económicos, y no se pueden lograr el éxito a costa de otras de ellas. También se identificó un comportamiento ético empresarial y ello tiene un compromiso moral con la sociedad, sabemos que toda empresa tiene una expectativa económica; para ello es necesario establecer metas que requieran un esfuerzo empresarial. Las empresas utilizan dicha denominación, pero son poquísimas la que planifican rigurosamente sus actividades; en el balance social, o reporte social empresarial nos permite apreciar con precisión los logros y las carencias de una política social. Nos muestra lo que hace por sus profesionales, dependientes, colaboradores y por la comunidad, dando transparencia a las actividades que buscan mejorar la calidad de vida de quienes la rodean. Es decir, su función principal es hacer pública la responsabilidad social empresarial, construyendo mayores vínculos entre la empresa, su personal y propietarios, la sociedad y el medioambiente. Y también es una herramienta que, al ser elaborada por varios profesionales que forman parte de la empresa (ingenieros, contadores, analistas y otros), tiene la capacidad de reflejar y medir la preocupación de la misma por las personas.

Zecenarro (2015) presentó la investigación titulada “Responsabilidad Social de la Empresa en la emisión y gestión de residuos sólidos generados en actividades publicitarias”, para optar el grado académico de Magíster en Derecho de la Empresa de la Escuela de Postgrado de la Universidad Pontificia

Universidad Católica del Perú en Lima. El autor llegó a las siguientes conclusiones; la publicidad es uno de los aspectos importantes del marketing, por tal motivo es necesario hacer la gestión de las emisiones de residuos sólidos ya sea en campañas como parte del marketing responsable, se ha llegado a determinar que existe una tendencia a que la transmisión de información se haga vía internet, constituyendo un avance importante para la reducción en la emisión de residuos sólidos y el empleo de un medio de comunicación más económico, que puede generar mayores beneficios a las empresas; es necesario que las empresas consideren tener una amplia gama de medios de comunicación, la apertura necesaria para la implementación de nuevas ideas y sobre todo herramientas que les permitan evaluar si los medios que están empleando realmente tienen la efectividad deseada sobre el público; (marketing responsable) se hagan de manera sostenible para la sociedad y el medio ambiente; dentro del ámbito normativo, la Ley N° 27314 Ley General de los Residuos Sólidos y su reglamento Decreto Supremo N° 057-2004-PCM; en todas las regiones del Perú y se les ha asignado funciones específicas, ha establecido la posibilidad de que las empresas privadas participen en esta gestión de manera articulada lo cual podría ser retribuido por el estado. Lamentablemente a la fecha este tipo de trabajo aún no se ha puesto en práctica ni se encuentra adecuadamente reglamentado; por otro lado las empresas podrían bajar los costos que significan la impresión de material publicitario como folletos, afiches, trípticos, catálogos, etc., y emplear formas más eficaces de comunicación con sus potenciales clientes o consumidores a través del Internet y de pantallas informativas; así de esta manera se evita de residuos sólidos que impactan negativamente en el medio ambiente y no se tendría que incurrir en costos de reciclaje y reutilización, para lo cual se debe tener en cuenta siempre que es mucho mejor no generar el impacto a tener que gestionarlo posteriormente.

### **Antecedentes Internacionales**

Ramos (2013) presentó la investigación titulada “La responsabilidad social empresarial de las entidades del sector salud: descripción y análisis crítico de la RSE en los códigos de buen gobierno, ética y conducta de las principales entidades promotoras de salud colombianas”, para optar el grado académico de,

Maestría en Administración de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Colombia. El objetivo principal fue: El análisis de principios de buen gobierno ético a través de entidades de salud colombianas según la RSE. El autor llegó a las siguientes conclusiones: Con el fin de alcanzar el bienestar común en general, se busca el diálogo entre los actores participantes de un contexto empresarial de sana convivencia entre las partes, el compromiso que se adquiere con los deberes y derechos de los demás en términos de responsabilidad social empresarial; el compromiso de las entidades de salud, la comunidad y el empresariado debe ser enfocado a cumplir con metas establecidas acordes con una realidad deseada por todos estos, dictando iniciativas o actividades concretas; la articulación de esfuerzos del sector público y privado debe manejarse en el marco una política más actual, neoliberal, que conlleve a la eficiencia de manejo de recursos; Los estándares de ética conocidos, deben ser reconocidos como un lenguaje común de alta relevancia para los valores institucionales con fines sociales; la realidad presenta en establecimiento de salud colombianos contradice los propósitos de aseguramiento y alcance de los servicios de salud, por la crisis de los mismos; la información documental que se archiva en los centros de salud no transmite las necesidades y las expectativas de los grupos de interés; por si fuera poco, las sobras de corrupción y la falta de controles eficaces desestiman el compromisos de las entidades estatales con una normativa plagada de vacíos y oportunismo. Es necesario fortalecer un marco normativo, al mismo tiempo que articular esfuerzos destinados a contar con un sistema de salud acorde con las necesidades de la población en general; el manejo de la responsabilidad social empresarial de las entidades de salud estatales y participaciones privadas deben ser destinadas a acciones conjuntas coordinadas.

Heno (2013) presentó la investigación titulada “La Responsabilidad Social Empresarial como Estrategia de Gestión en la Organización Pranha S.A.”, para optar el grado académico de Maestría en Administración de la Facultad de Ciencias y Administración de la Universidad Nacional de Colombia. El objetivo principal fue: proponer estrategias para la RSE de una empresa constructora colombiana. El autor llegó a las siguientes conclusiones: Las estrategias de RSE

le permitieron a la empresa acercarse a su comunidad que más allá de hacer imagen institucional y marketing, generó competitividad y valor. Esto generó compromiso y lealtad con su entorno; se desarrolló un plan estratégico con la participación de los involucrados; mejoró la seguridad en los ambientes de trabajo y con énfasis en las normas de seguridad contra accidentes de trabajo; mejora en infraestructura de ambientes de trabajo, esto conlleva a una satisfacción en clientes y colaboradores, así como de los índices de productividad; las estrategias buscan el desarrollo de las comunidades, en tal sentido, la temporalidad debe ser de largo plazo y la sustentabilidad constante con el apoyo del gobierno central, atendiendo problemas sociales. Las organizaciones sin fines de lucro y de voluntarios deben ser invitadas a participar activamente; el reconocimiento de la población, así como los demás grupos e interés puede ser aprovechado en beneficio de otras nuevas iniciativas o proyectos venideros. La invitación a nuevos actores no debe descartarse, tales como sector bancario, turístico, ONG's, entidades intergremiales y el gobierno central y local; la empresa privada de la construcción hace una contribución invaluable al sembrar un nuevo estándar de vida a su sector. Los canales de comunicación contribuyen a los planes de trabajo y acciones a través de comunicación interna y externa, eleva la calidad de vida de la comunidad; el establecimiento de modelos de calidad de ejecución en el rubro es reconocido y rápidamente adoptado por los interesados, además de una metodología difundida en relación con la cultura organizacional, y la pasantía que lleva el conocimiento de la universidad a la empresa y viceversa. Esta última lleva la casuística de la empresa a las aulas y sus soluciones adoptadas en el campo de desarrollo con los más altos estándares de ejecución de procesos.

Rodríguez y Solano (2014) presentó la investigación titulada "Propuesta de Política y Programa de Responsabilidad Social Empresarial para la Unión Cantonal de Abangares", para optar el grado académico de Magíster en Administración de Medios de Comunicación de la Vicerrectoría Académica Sistema de Estudios de Posgrado de la Universidad Estatal de San José de Costa Rica. El objetivo principal fue: Análisis del programa de RSE en el proyecto de Carreteras para el desarrollo de la comunidad de Abangares. El autor llegó a las siguientes conclusiones; se realizó una identificación de actores sociales que

buscan mejorar las relaciones de la comunidad para elevar la calidad de vida de los mismos; el plan estratégico ataca las áreas económicas, social y de ambiente, identificando sus necesidades; promueve el cuidado del medio ambiente con gestión local además de prestar asesoría a pequeños empresarios. Crea conciencia en el empresariado y los emprendedores locales generando empleo y oportunidades de desarrollo. La competitividad en el plano rural se vería potenciada y mejoraría la economía; se encontró falta de conocimiento en la aplicación de las políticas y estrategias sociales por parte de los encargados del proyecto, lo que motivo una baja en los resultados esperados como productores rurales, empresarios y población en general. Es decir, es necesario aplicar la implementación de la RSE dirigidas a fomentar el emprendedorismo o afectara la credibilidad de las acciones; la comunicación interna y externa del proyecto fueron medidos con buenos resultados, los que perduran a la actualidad para mantener informados a los grupos de interés de manera formal e institucional. Se modernizaron los medios con la intranet, el correo electrónico y redes sociales. Esta información llega a proveedores, financieros y nuevos interesados en actividad económica para la localidad y para la empresa. Se asignaron responsables de estas tareas para dar contenido y uniformidad de la información, así como escalas de información según la jerarquía organizacional; la imposibilidad de contar con canales adecuados de comunicación limita la retroalimentación y el dialogo de las partes; No existe una forma única de hacer RSE o una biblia con todas los pasos a seguir o personalizar, según el tipo de organización deben adecuarse las estrategias y políticas de acuerdo los objetivos de mediano y largo plazo, además del seguimiento continuo de operaciones e impacto de estas. Finalmente, se propuso buscar las necesidades y las expectativas en la comunidad para su solución,

Pérez (2015) presentó la investigación titulada “Perspectiva de las Empresas Metalmecánicas Productoras de Autopartes del Estado Aragua, en Cuanto al Cumplimiento de la Responsabilidad Social con la Comunidad Considerando la Relación Costo Beneficio”, para optar el grado académico de Magíster en Ciencias Contables de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales Dirección de Estudios de Postgrado de la Universidad de Carabobo. El

objetivo principal fue: analizar las empresas Metalmecánicas del estado Aragua según la RSE y su costo beneficio. El autor llegó a las siguientes conclusiones; Si bien esta empresa ha emprendido su plan de RSE no monitorea los costos para financiarlos según su planificación, también es necesario saber el origen de los recursos y los beneficios para la organización. Financieramente los empleados agregan esos gastos de partidas que no son para tal fin; no existe el detalle registrado de los costos que se hacen por concepto responsabilidad social empresarial, por eso son pasados a otros gastos, lo que luego genera contradicciones en los estados financieros; al respecto a la comunidad y su RSE se encontró que en un sentido de convivencia, no solo se debe concentrar en generar empleos sino también en el medio ambiente, más aun si dichas empresas tiene plantas de tratamiento de residuos pero no existe la preocupación por elevar la calidad de vida; la poca difusión de la RSE en las comunidades donde operan y sus beneficios, ya que enlaza la competitividad, economía y la rentabilidad sostenible en el tiempo, sin descuidar el ámbito laboral; la colaboración entre los gobiernos locales y empresariado es decisiva en el momento de invertir en el desarrollo local de las comunidades, no basta con estar al día en la tributación, sino ejercitar su conciencia con el entorno. Solo la sana convivencia y colaboración de esfuerzos dará dinamismo a sus economías; existe una preocupación por la recolección y tratamiento de residuos, disminución de los índices de contaminación por los productos que manufacturan y sin apoyo del gobierno central; no se ejecutan aun programas que identifiquen las necesidades de la zona; Por otro lado existe la preocupación por las condiciones de trabajo, el respeto estricto por los derechos del trabajador y capacitación profesional; tampoco programas de salud, recreacionales o educativos; las empresas solo mantiene la RSE pagando impuestos, y generando empleo pero no invierten en otras áreas teniendo los recursos suficientes.

Fernández (2016) presentó la investigación titulada “Responsabilidad social corporativa estratégica de los recursos humanos basada en alto compromiso y resultados organizativos: un modelo integrador”, para optar el grado académico de Doctor de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales Departamento de Organización de Empresas de la Universidad Complutense de Madrid. El

objetivo principal fue: analizar la RSE estratégica en sus recursos humanos, y el impacto en los resultados organizativos. El autor llegó a las siguientes conclusiones; las ventajas competitivas serán obtenidas según las capacidades, la visión y los recursos que pongan a disposición las empresas para tales fines de responsabilidad social empresarial, la sostenibilidad y competitividad no llegarán sin el esfuerzo necesario. La responsabilidad social empresarial se convierte en un recurso intangible de diferenciación estratégica que crea valor para las organizaciones; el intangible más resaltante son las personas asociadas a la empresa, que son gestionables como estrategia dinámica de capital humano fuente de valor basado en sus capacidades; La estrategia de recursos humano es poco desarrollada por el gobierno, es decir no se ve como una herramienta de desarrollo humano y social sino en función de potenciación de la mano de obra que de rentabilidad; los resultados organizativos no deben ser sacrificados para los logros de objetivos estratégicos sino más bien mancomunados con esfuerzos de realización profesional del capital humano con que se cuenta y su adecuada gestión; Los resultados organizativos son valiosos en la medida que sirvan a la comunidad.

## **1.2. Fundamentación científica, técnica o humanística**

### **Marco Teórico de la Variable Responsabilidad Social Empresarial**

El marco teórico que fundamenta esta investigación proporcionará una idea más clara acerca de RSE, se podrán ver desde los conceptos más básicos, complementarios y específicos que nos permitan abordar el problema.

### **Definición de Responsabilidad Social Empresarial**

Es el conjunto de políticas, acciones y objetivos estratégicos de una empresa orientados al cambio y ejecución con responsabilidad, de sus actividades hacia el medio ambiente, el entorno y sus grupos de interés.

Marquina (2013) refirió:

La responsabilidad social implica una estrategia gerencial orientada a la acción por parte de la empresa, basada en un conjunto de

políticas, prácticas y programas que se encuentran integrados en las operaciones del negocio. La toma de decisiones incluye un compromiso voluntario de contribuir con el desarrollo sostenible. (p. 18).

El compromiso de la alta gerencia es decisivo para la implementación de las políticas y directivas que se desarrollen, a partir de las buenas relaciones con los grupos de interés se genera confianza que sirve de cimiento para generar valor. La masa trabajadora debe estar identificada en los esfuerzos de responsabilidad con el entorno y con su desempeño.

Según Cervantes (2014) mencionó:

Cuando los intereses de quienes tienen y quienes quieren tener más se vuelven irreconciliables de las necesidades de quienes poseen menos o nada, como consecuencia de la actitud predatoria del poseedor, la situación se torna precaria e imposibilita la paz social. Pero por imperio de la razón, llega un momento en el que por amor o por temor los proveedores deciden compartir, actuar con equidad y justicia. (p. 9).

Muchas veces las empresas en un afán de expansionismo y cegados por la ambición, no valoran la importancia del entorno social y solo hasta que dichas empresas se ven de alguna manera presionadas por las regulaciones o se encuentran involucradas en problemas sociales, recién es cuando toman conciencia la importancia de la Responsabilidad Social Empresarial.

Por su parte, Navarro (2012) citó:

El consumidor y las empresas están cada vez más concientizados de sus respectivas responsabilidades sociales en calidad de stakeholders del proceso de fabricación, distribución y venta consumo. La empresa debe obtener beneficios, pero no a cualquier costa, y para ello tendrá que considerar el impacto inmediato y futuro de sus actuaciones. La forma como lo hace y en que campos de actuación es lo que hoy llamamos RSE. (p.25).

El apoyo que brinden los medios de comunicación y la población adyacente o involucrada es una oportuna punta de lanza para los esfuerzos de difusión y concientización. Parte de las utilidades, producto de las actividades diarias de la organización debe revertirse en los esfuerzos de responsabilidad. Construir una imagen corporativa de responsabilidad es hoy en día, una inversión a nivel empresarial y ético que repercute en la percepción de los grupos de interés.

Por otro lado, Andía (2013) mencionó:

Una línea de oportunidades gira en torno a la ecoeficiencia, es decir crear y consumir productos y servicios con menos consumo de recursos, con menos transformaciones negativas. Vehículos, maquinas o electrodomésticos que consumen menos materia prima, energía o agua en su fabricación, y que gasten menos energía en su utilización en el cliente final. (p. 16).

Debemos de colaborar con el medio ambiente y no realizar actividades que la perjudique, pues reducir la contaminación ambiental es un compromiso de todos. No debemos permitir que las industrias generen gases tóxicos, debemos de crear una conciencia fiscalizadora en los ciudadanos en ese sentido, pues dichos gases producen un efecto invernadero, el cual produce el calentamiento global cuyas consecuencias las estamos sufriendo en la actualidad.

Velasco et al (2013) consideró:

La RSE se viene prestando como un enfoque de gestión que supone que la empresa no solo presta atención a cuanto beneficio obtiene, si actúa respetando una serie de principios éticos y morales, y si contempla los impactos medio ambientales, económicos y sociales del proyecto empresarial. (p. 12).

El análisis costo beneficio debe ser potenciado en la responsabilidad con aspectos sociales y medio ambientales, el impacto en la cadena aprovisionamiento, la emisión de residuos solidos y la conciencia humana en la ecuación empresarial corporativa.

## **Dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial**

De acuerdo con Maraví (2014) la RSE se compone de las siguientes tres dimensiones, las cuales se detallan a continuación:

### **Dimensión: Fundamentos éticos**

Actualmente la RSE predefine deberes a las empresas para sus buenas prácticas en un entorno de respeto a los derechos laborales de los trabajadores y colaboradores, a la protección del medio ambiente y su conservación, al buen trato con clientes y proveedores que les facilite precios justos con bienes y servicios de calidad. Además de beneficios a los accionistas y comunidad local producto de sus actividades comerciales.

Maraví (2014) mencionó:

La ética, como disciplina, es la teoría del hecho moral. Explica los fundamentos filosóficos y científicos de la vida moral. El objeto de la ética es el estudio del carácter humano constantemente mediatizado por el pensamiento, las decisiones que se toman y las acciones que se realizan en función de un fin, es decir, de un bien que se persigue. (p. 13).

Todo aquello que no esté penado, no siempre significa que es bueno para la convivencia entre seres humanos o comunidades, Existe el plano moral y ético que dicta en cada una de las personas humanas, por definición, sin olvidar que las personas jurídicas están formadas por seres humanos a su vez. Este aspecto no debe ser circunscrito a la tipificación penal de acciones que linden con la evasión de responsabilidades, sino por un interés auténtico de servir a los demás, y no solo lucrar.

Marquina (2013) refirió:

Esta sociedad social deliberativa ha traído por tanto la demanda de una nueva ética de corresponsabilidad, que armonice la rentabilidad de los negocios con la calidad de vida de los pobres y la integridad ecológica del planeta. De esta forma, la sociedad en red remueve los

papeles clásicos del estado, la empresa y la sociedad. En ese sentido, ya no se conciben fronteras tan cortantes entre lo público y lo privado. (p.258).

Si bien, la definición de utilidad nos dice que el negocio debe atender la rentabilidad de las operaciones maximizando sus ganancias, no debe contradecir la necesidad de los ideales del estado en su conjunto, ni la sociedad. Lejos de cálculos sobre costos, es importante mantener el medio ambiente para generaciones venideras.

Por su parte, Navarro (2012) citó:

La ética ayuda a tomar decisiones prudentes, es decir decisiones analizadas, estudiadas y ponderada para elegir bien, no solamente en un caso concreto, sino en todas las actuaciones y a lo largo de la vida. En el ámbito de las organizaciones suele suceder una cierta confusión entre las acciones particulares y el resto de actuaciones de la empresa en ocasiones cuestionables o claramente viciosas (contaminación, deforestación, explotación laboral, discriminación, etc.). (p. 48).

La ética es tan importante en las vidas de las personas que debería estar en el ADN de cada individuo, para luego difundirse en forma masiva en cada una de las organizaciones donde forme parte. La ética por tanto lleva a tomar decisiones incuestionables y claramente sin vicios en todos los ámbitos.

Velasco et al (2013) mencionó:

Así la RSE requiere alzar la vista y fijar la atención en el impacto en ámbitos más amplios de la actividad empresarial, como la comunidad en la que opera, el medio ambiente, la clientela o la cadena de valor. En este sentido, la explotación de los temas de RSE requiere no solo contemplar aspectos internos de la empresa, como el gobierno corporativo y políticas de personal relacionadas

con la selección, la retribución o la conciliación de la vida personal y profesional. (p. 13).

La RSE debe ver mas allá del mero tema funcional de la organización, sino por sobre todas las cosas ver el desarrollo humano de sus integrantes y buscar la satisfacción de los mismos, ayudándolos a alcanzar sus logros y aspiraciones; de esa manera se verán más comprometidos con la organización a la cual pertenecen y estando motivados rendirán el 100% de sus capacidades.

### **Protección del ambiente**

Según Maraví (2014) mencionó:

La empresa antes de iniciar sus operaciones deberá presentar un estudio de impacto ambiental (EIA) en el que identificará los impactos ambientales y las formas técnicas de controlarlos mediante la implementación del Programa de Adecuación Ambiental (PAMA), estos expedientes técnicos deberán ser aprobados por el Ministerio del Ambiente y el Ministerio del Sector al que pertenece la empresa. (p. 21).

La mejor forma de reducir el impacto ambiental que generan las industrias en el mundo es exigir el EIA, con ello se limita a dar licencias de funcionamiento solamente a industrias que tenga un bajo impacto ambiental y además tendrán que presentar estudios del como mitigarlos.

Acerca de la gestión ambiental, Andía (2013) mencionó:

La gestión ambiental municipal o la instancia participativa que haga sus veces creada, o reconocida formalmente por la municipalidad de su jurisdicción, está encargada de la coordinación y la concertación de la política ambiental local promoviendo el dialogo y el acuerdo entre los actores locales. (p 72).

Las municipalidades son entes encargados de implementar y promover las políticas ambientales, creando una conciencia vecinal para que de esta manera se impulse una fiscalización con el apoyo de todos y no permanecer como simples espectadores.

### **Financiamiento**

Maraví (2014) mencionó:

Cooperación con el financiamiento de programas sociales de bienestar social que benefician a la población de la comunidad que está dentro de su ámbito de operaciones, bajo el concepto del desarrollo sostenible de la comunidad. (p. 22).

La RSE prescribe deberes a los empresarios, como la cooperación, financiando programas sociales que beneficien a los ciudadanos satisfaciendo sus necesidades.

Por otro lado, Andía (2013) mencionó:

Utilizan los mecanismos de mercadeo con el fin de promover el cumplimiento de objetivos de política ambiental. Los ministerios e instituciones públicas a nivel nacional, regional y local en el ejercicio de sus funciones incorporan el uso de instrumentos económicos, incluyendo los tributarios orientados a incentivar prácticas ambientalmente adecuadas, de conformidad con el marco normativo presupuestal y tributario correspondiente. (p. 118).

Las municipalidades utilizan medios tributarios para disuadir a los administrados a realizar prácticas medioambientales, siempre en el entorno del marco normativo.

### **Comunidad local**

Maraví (2014) mencionó:

La empresa debe mantener a la comunidad informada sobre sus operaciones; la empresa debe dar la información necesaria según las necesidades de la comunidad local; la comunidad debe tener la

oportunidad de participar en las decisiones que la afectan; el proyecto debe realizarse teniendo en cuenta un desarrollo sostenible (p. 22).

Debe haber un flujo de información continua por parte de los empresarios, sobre las actividades de sus empresas que atañen a la comunidad; permitiendo que la población participa activamente en las decisiones que la afecten, teniendo en cuenta un desarrollo sostenible.

Acerca de participación ciudadana, Andía (2013) mencionó:

La participación ciudadana ambiental es el proceso mediante el cual los ciudadanos, en forma individual o colectiva, inciden en la toma de decisiones públicas en materia ambiental, así como en su ejecución y control. La participación no solo es un principio jurídico constitucional sino un derecho fundamental. Dicha participación puede ser participación política que consiste en formular la iniciativa legislativa en asuntos ambientales. (p. 123).

Los ciudadanos tienen el derecho a participar en la toma de decisiones públicas en materia ambiental, de esta manera no solamente se verán más involucrados si no también contribuirán a la implementación y seguimiento del mismo.

Acerca de la fiscalización y sanción, Andía (2013) mencionó:

La fiscalización ambiental comprende las acciones de vigilancia, control, seguimiento, verificación y otras similares, que realiza las autoridades competentes a fin de asegurar el cumplimiento de las normas y obligaciones establecidas por ley y la normativa correspondiente. Toda persona natural o jurídica esta sometida a las acciones de fiscalización que determine la autoridad competente, así como las sanciones administrativas que correspondan de acuerdo con Ley. (p. 131).

Para asegurar el cumplimiento de las normas y obligaciones establecidas por Ley en el ámbito ambiental; es necesario ejercer una fiscalización efectiva mediante la vigilancia, control, seguimiento y verificación, las cuales deben estar a cargo de las municipalidades quienes además deberán de trabajar arduamente para involucrar a los vecinos para lograr mayor efectividad en dicha labor.

### **Dimensión: Marketing Social**

Busca mantener buenas relaciones con los clientes y la sociedad con acciones de corto plazo. La organización no asume los principios de responsabilidad social, aunque expresa respeto por su entorno, sus acciones de marketing se basan en la creación de valor pensando en el impacto social y ambiental de sus productos.

Terry (2014) citó:

El marketing es un proceso como tal, es entonces un conjunto de actividades secuenciales que transforman entradas (inputs) en salidas (outputs). Por ello, es un proceso de creación de valor, que se da a través de una secuencia de actividades complejas que buscan lograr satisfacer necesidades de los consumidores mediante una oferta de productos adecuada. (p. 57).

La generación de valor resulta de simbiosis de la conciencia social y la satisfacción de las necesidades sociales de la comunidad.

Por su parte, Navarro (2012) citó:

El marketing social es una extensión del marketing y emplea herramientas propias como la publicidad, campañas de relaciones públicas, estudios y sondeos de opinión, etc. pero excede el ámbito puramente comercial y trata de detectar y satisfacer necesidades de carácter social, humanitario o espiritual. (p.242).

De acuerdo con lo citado el marketing social no es solo para el sector privado, también lo es para las organizaciones sin fines de lucro o sociales y para instituciones gubernamentales, que tengan alineados sus objetivos estratégicos con buenas prácticas de responsabilidad.

Al respecto, Marquina (2013) refirió:

El principio básico es aumentar la percepción de la audiencia de que los beneficios del nuevo comportamiento sobrepasan los costos de adoptarlo. El nuevo comportamiento debe ser visto como un mayor valor que el actual. Los marketeros sociales como sus contrapartes en el marketing comercial, usan la cuatro P producto, precio, plaza y promoción. (p. 171).

El marketing social en definitiva es muy ventajoso, pues los costos de su implementación están por debajo del beneficio que se obtendrá y esta es la idea que se tiene que difundir y que en definitiva nos ayudará a convencernos de adoptarlo sin dudar.

Velasco et al (2013) mencionó:

Algunas empresas se embarcan en programas de desarrollo local por que están comprometidas con la responsabilidad social y el desarrollo de su comunidad. Los programas de desarrollo local son acciones encaminadas a encaminar el desarrollo económico sostenible, la protección medio ambiental, la educación, la generación de habilidades y la promoción de la salud y el bienestar de las personas que viven cerca o se ven afectadas por las operaciones de la empresa. (p. 251).

Las empresas que desarrollan programas para fomentar el crecimiento de la comunidad en la cual están inmersas, están comprometidas en el marketing social, dicho crecimiento es amplio e involucra la protección del medio ambiente, la educación, la salud y el bienestar de la sociedad.

## **Filantropía**

Terry (2014) mencionó:

Todas aquellas iniciativas de ayuda que consideren donaciones y actividades no lucrativas son acciones filantrópicas. Muchas empresas en el mundo hacen filantropía, traducidas generalmente en colaboraciones económicas con municipalidades, ONG's, asociaciones locales o personas necesitadas. (p. 66).

La filantropía es una iniciativa de parte de las empresas que miden el compromiso de los empresarios con la comunidad en la cual están inmersos, esos se traducen generalmente en colaboraciones económicas destinadas para alguna acción social para beneficio de los más necesitados.

## **Relaciones públicas**

Terry (2014) refirió:

Son acciones que pretenden construir buenas relaciones con los consumidores a partir de una publicidad favorable, la creación de buena imagen corporativa y evitando rumores, artículos periodísticos o acontecimientos desfavorables, o haciendo frente a los mismos si llegan a tener lugar. (p. 67).

Es de suma importancia construir buenas relaciones con los consumidores y la mantener una buena imagen institucional. De hecho, en muchas entidades existe un departamento de imagen institucional y marketing que se encarga de estos temas y la correcta promoción y difusión del mismo.

## **Estrategias**

Con el objeto de crear valor se desarrolla secuencias de actividades complejas que buscan satisfacer necesidades de los consumidores mediante una oferta de productos adecuada. Dentro de éstas, acerca del producto, precio, distribución y comunicación.

Por su parte, Navarro (2012) citó:

Para lograr un cambio social, a menudo las campañas de marketing social van acompañadas, potenciadas o incluso son motivadas por las estrategias distintas como tecnológicas, económicas, legales y educativas. (p. 244).

Para lograr un cambio socialmente importante las estrategias tecnológicas acompañan a las campañas de marketing haciéndolas más efectivas.

### **Dimensión: Responsabilidad social interna**

El área interna de la RSE es la que se refiere a las acciones de las empresas con respecto a sus trabajadores y colaboradores estratégicos, es decir a su desarrollo laboral y profesional con explícita atención a sus derechos.

Díaz (2014) mencionó:

Ha recibido menor atención que los dirigidos a los grupos de interés externos. Hasta hace poco la calidad del empleo era considerada competencia exclusiva del derecho laboral. Está centrado fundamentalmente en garantizar condiciones laborales dignas, como puede ser la no discriminación, la prohibición del trabajo infantil, etc. (p. 76).

Cuando abordamos el derecho laboral surge la inquietud de las empresas de abordar el tema más ampliamente, en mejorar los niveles de la calidad de vida de sus trabajadores y sus familias. La sensibilidad que se genera en los medios de protección al menor o la discriminación por salarios de mujeres por debajo de los salarios de hombres debe ser tema de atención significativa y concluyente.

Marquina (2013) refirió:

Los criterios de rendimiento tienen que promover la sostenibilidad de la empresa a largo y abarcar criterios no financieros que, como el cumplimiento de normas y procedimientos aplicables, sean adecuados para la creación en la empresa de valor a largo plazo.

Cada vez es mayor el número de voces que exigen que las empresas relacionen las retribuciones con el rendimiento, ofrezcan información detallada de la política de retribuciones, y como se ajusta esa retribución a los riesgos relacionados con la empresa en especial en un contexto de crisis. (p. 67).

Según los planes estratégicos, las entidades deben plantear políticas sostenibles y sustentables en el tiempo de nuevas metodologías de crear responsabilidad dentro de sus instituciones, esto, los lleva a generar acciones en favor de sus trabajadores y proveedores y otros actores de su quehacer empresarial. La cadena de suministro implica matices de carácter integral como información y recursos al servicio del ambiente interno de las empresas.

Por su parte, Navarro (2012) citó:

Este enfoque de los grupos de interés es un intento de integrar en una sola metodología la idea básica de que la empresa tiene una responsabilidad que da lugar a obligaciones concretas frente a diferentes públicos o grupos en que están incluidos, por ejemplo, los accionistas, los trabajadores o los directivos (p. 87).

Los trabajadores, gremios y grupos de activistas laborales estarán en actitud vigilante, contra cualquier acción que amenace sus derechos, para esto siempre es mejor negociar la paz con estos grupos de manera efectiva y sostenible con acuerdos ético-sociales.

Velasco et al (2013) mencionó:

Hay que satisfacer las necesidades de todas las personas que trabajan en la empresa, en formación, promoción, retribución, conciliación entre sus vidas laborales y personales y, en general, mediante la creación de un entorno de trabajo adecuado. Un objetivo del área de personal de una empresa con enfoque RSE es garantizar la igualdad como un punto de partida. (p. 97).

Cobertura las expectativas de sueldos y salarios no es lo único que persiguen las masas obreras sino la mejora en la calidad de vida de sus familias y su comunidad. Una buena medida es la capacitación y generación de oportunidades de formación académica a los mismos y a sus hijos. De esta manera se aseguran las capacidades y se desarrollan las habilidades del personal, sino que contribuye a la productividad.

### **Responsabilidades éticas**

Díaz (2014) mencionó:

Se refiere a hacer lo correcto, justo y razonable. Así como de evitar o minimizar el daño con los grupos con los que se relaciona. Estas responsabilidades implican respetar aquellas actividades y prácticas que la sociedad espera, así como evitar las que sus miembros rechazan, aun cuando estas no se encuentren prohibidos por la ley. (p. 76).

Algunas de las políticas implantadas por las empresas son: plan de formación y carrera, seguro de salud, becas de estudios para los hijos del trabajador, planes vacacionales, políticas de seguridad y no discriminación, código de conducta entre otras.

El trabajo en equipo aporta conocimientos y experiencias al grupo y en forma personal ya que en una empresa o centro de labores se reúnen personas con características distintas y variadas, afectas a carga emocional y la realidad de su propio entorno. El desempeño de sus labores en el tiempo los hace compartir situaciones laborales, todas dirigidas a su solución y el cumplimiento de los objetivos institucionales.

La integración entre sus miembros es de vital importancia, toda vez que se destierre la intolerancia de caracteres, la discriminación por cualquiera de sus formas y la inclusión de personas con discapacidad. El acceso a la capacitación y el desarrollo de habilidades, si bien en un principio puede ser un desembolso, a la larga es una inversión en el crecimiento y desarrollo de los recursos humanos. La

necesidad de desarrollo profesional es una inquietud inherente al ser humano que busca el camino a la superación y reconocimiento de la sociedad. En tal sentido las políticas deben estar alineadas a no perder este valor fundamental y promover la adopción de nuevas capacidades y conocimientos.

### **Responsabilidades legales**

Díaz (2014) citó:

Estas responsabilidades tienen que ver con el cumplimiento de la ley y de las regulaciones estatales, así como las reglas básicas según los cuales deben operar los negocios. Entre estas tenemos cumplimiento de legislación laboral, de seguridad y de asistencia de salud. (p. 76).

Están entre estas responsabilidades el cumplimiento de legislación laboral, la cobertura apropiada de seguridad en el trabajo o pólizas adicionales por convenio, y además el aseguramiento en temas de salud a través de aportaciones y seguros.

La negociación de ambas partes tanto de la empresa, así como la de los colaboradores es nutritiva a los intereses de los colectivos de los actores. En esta parte la definición de remuneraciones, condiciones de trabajo se deben manifestar con libertad y voluntariamente. Las diluciones o aprovechamiento de vacíos legales es mal síntoma para las relaciones multilaterales.

La precariedad del empleo desmotiva a la masa trabajadora y crea resentimiento en grupos gremiales y locales. Un trato justo, por el contrario, debe fomentar la formalidad del trabajo con los beneficios de ley. Además, es necesaria la protección de salud para los trabajadores y sus familias. Los contratos temporales deben ser solo el último recurso contractual debido a la temporalidad.

## **Responsabilidades económicas**

Díaz (2014) mencionó:

Son entendidas como la producción de bienes y servicios que los consumidores necesitan y desean. Como compensación de la entrega de estos bienes y servicios, la empresa debe obtener una ganancia aceptable en el proceso. (p. 76).

Por mencionar algunas tenemos: sueldos y salarios dignos que permitan la sostenibilidad de la organización, el bienestar y desarrollo de los miembros y sus familias, generar recursos para retribución de accionistas, el pago justo acorde con los productos y servicios de proveedores.

El acceso a la información relevante con respecto al empoderamiento de los trabajadores conlleva a grupos de trabajo fuertes y cohesionados, con capacidades de respuesta inmediatas, con iniciativa de toma de decisiones y capacidad de respuesta óptimos. La capacidad de gestión de la que tanto adolecemos puede ser creada a partir de políticas de dirección hacia objetivos estratégicos.

Las retribuciones de acuerdo con la capacidad y profesionalización del trabajador ayudan a direccionar mejor las responsabilidades de cada puesto. Un trabajador altamente calificado con bajo sueldo estará desmotivado o a la espera de una mejor propuesta foránea. Un trabajador multitarea, multigestionario y unisalarario se ira en cuanto pueda, sobre todo cuando su perfil profesional no sea el del cargo que ocupa.

## **Marco conceptual**

### ***Acción social***

Direccionamiento de partidas monetarias o recursos de la organización en favor de población en situación de necesidad a través de proyectos sociales y de desarrollo.

***Aspecto ambiental***

Elementos producidos a raíz de las operaciones de la empresa que tengan que ver o produzcan un efecto sobre el medio ambiente.

***Calidad de vida***

Son las cualidades y condiciones en las que vive un individuo o comunidad, los bienes y servicios a los que accede, cuenta y disfruta, las características de su estilo de vida en un entorno social, laboral, de medio ambiente y de entretenimiento.

***Capital humano***

Es el abanico de capacidades, con que dispone un individuo operando en un rubro específico, así como las habilidades que desarrolla.

***Certificación***

Los requerimientos exigidos y su posterior verificación de cumplimiento, dan lugar a una acreditación por parte de una entidad especializada, a una empresa que desea obtener dicha certificación.

***Código de conducta - ético***

Son normas positivas de su accionar, que sirven de base o principios de un grupo humano, gremio, organización, etc. consignadas en un documento. Al no estar tipificado, el desacato no está penado, sin embargo, las faltas a este estarán sujetas al escrutinio de la opinión pública.

***Compensación***

Para reparar las consecuencias de malas prácticas ambientales, las organizaciones, evalúan el daño y tratan de recuperar el estatus original o modus vivendi de la población afectada. Esto se realiza a través de proyectos, inversiones, campañas, etc.

***Contaminación***

Cuando las operaciones de una empresa dañan medio ambiente, con agentes no naturales alteran la forma de vida del entorno.

***Contaminantes***

Sustancias nocivas para el medio ambiente que afecta la forma normal en la que se venían desarrollando normalmente, estos muchas veces afectan la integridad o salud de la población.

***Contingencias***

Son acciones que se tomaría en caso de incidentes que afecten el normal desenvolvimiento de la entidad, para mitigar o afrontar riesgos

***Delito ambiental***

El marco jurídico de protección al ambiente contempla las infracciones por trasgredir dicha normativa en lo penal y también el infractor se hace merecedor de una sanción administrativa si fuera el caso.

***Derecho ambiental***

Es contemplado en la materia jurídica como normativa que regula el uso de recursos naturales, de cultura, así como su explotación. Esta misma tiene por objetivo preservar los recursos de la zona, región, país, promoviendo la conservación del ambiente.

***Desarrollo sostenible***

Cuando las condiciones de vida de una población son satisfechas con un sentido de justicia social, con un compromiso a largo plazo de generaciones venideras y uso de los recursos hablamos de desarrollo sostenible. La explotación y uso de los recursos naturales no deben ser debilitados en sus características originales, más bien preservados haciendo uso de la tecnología y el fomento de la recuperación natural de la biosfera. El aprovechamiento de un mejoramiento económico debe incentivar ideales y acciones de provecho social y económico para las comunidades.

***Desecho***

Este grupo lo componen los restos, residuos o basura producto de las actividades de las diferentes industrias y población en general, es decir, todas aquellas cosas que ya no es de utilidad para su poseedor y es desechado.

***Empresa sostenible - sostenibilidad***

El respeto y la valoración de aspectos éticos, culturales, sociales y económicos sin descuidar la rentabilidad de las operaciones de la empresa conlleva a tener una sostenibilidad acerca de estas mismas acciones para con la población y sus costumbres.

***Fiscalización***

Es la ejecución de las penalidades de los organismos ejecutores del Estado, contenidas en la legislación ambiental para quienes infringen la normativa.

***Fundamentos éticos***

Actualmente la RSE predefine deberes a las empresas para sus buenas prácticas en un entorno de salvaguarda de los derechos laborales de su personal y colaboradores, a la protección del medio ambiente y su conservación, al buen trato con clientes y proveedores que les facilite precios justos con bienes y servicios de calidad. Además de beneficios a los accionistas y comunidad local producto de sus actividades comerciales.

***Gestión ambiental***

Proyectar y poseer una adecuada calidad de vida y un crecimiento sostenible de las operaciones y actividades empresariales son objetivos importantes para toda organización, esta se debe lograr con el respeto por el medio ambiente la normativa ambiental y políticas orientadas una gestión ambiental.

***Gobierno corporativo***

Los gremios, trabajadores, ejecutivos de alto rango, accionistas, y otros íntimamente ligados al manejo interno de las organizaciones son los llamados a conducir el destino de la empresa. Todos ellos en conjunto y razonablemente de

acuerdo toman decisiones estratégicas corporativas según sus objetivos y políticas.

### ***Impacto ambiental***

Es el conjunto de cambios o alteraciones producidas por las operaciones de rubros empresariales para bien o para mal uso de los recursos.

### ***Inversión socialmente responsable***

Las operaciones que se suceden por las organizaciones con inversión en las comunidades y medio ambiente constituyen en muestra palpable de su composición socialmente responsable.

### ***Legislación ambiental***

Es el marco jurídico en donde se establece las normas de protección al medio ambiente. Contiene normativa de múltiples disciplinas donde unifica criterios de derecho y científicos al servicio del entorno.

### ***Marketing social***

Busca mantener buenas relaciones con los clientes y la sociedad con acciones de corto plazo. La organización no asume los principios de responsabilidad social, aunque expresa respeto por su entorno, sus acciones de marketing se basan en la creación de valor pensando en el impacto social y ambiental de sus productos.

### ***Medio ambiente***

Es un sistema de fenómenos, hechos naturales, también de naturaleza social y cultural que coinciden en tiempo y lugar. El desarrollo de la vida de organismos naturales en forma sistémica y el entorno con la humanidad y sus recursos.

### ***Mitigación***

Son las acciones encaminadas a minimizar riesgos o efectos negativos producidos por iniciativas de inversión que afecta los recursos o el medio ambiente en sí.

**Monitoreo**

Es la forma de dar procesos de control y seguimiento a un diagnóstico de un entorno ambiental específico. Para tales efectos es menester obtener muestras representativas, mediante procesos de selección por estacionalidad, tipo y frecuencia de muestreo.

**Patrocinio**

Ayuda económica o apoyo similar, generalmente con fines publicitarios, que se otorga para realizar una actividad concreta y por tanto que se traduce en un beneficio directo para la empresa.

**Planificación**

Es la forma de organización de las actividades humanas, basada en la elaboración de un plan y en la implementación de un conjunto de medidas para su realización. Supone, por tanto, objetivos claros, medios adecuados y un plazo. La secuencia lógica en planificaciones es partir de una política, elaborar planes, diferenciar programas y realizar proyectos. La planificación con base ambiental requiere compatibilizar los intereses económicos y sociales con las leyes naturales.

**Política ambiental**

Es una ventaja competitiva de las empresas en la actualidad que consiste en la salvaguarda del medio ambiente, y el respeto al marco jurídico que contempla los controles para el uso y explotación de los recursos naturales.

**Prevención**

Es el ejercicio de acciones destinadas a actividades previas, simultáneas o de mitigación de un posible riesgo de daño al medio ambiente, producto de actividades empresariales.

**Reciclaje**

Es el tratamiento de residuos de toda índole, que serán usados como materia prima de nuevos productos manufacturados. Estos procesos tienen gran impacto

positivo en el medio ambiente ya que constituyen una forma de abaratar costos de extracción y obtención de materias primas, además de los beneficios de rapidez y economía.

### ***Residuos sólidos***

Según la normativa en materia ambiental son sustancias sólidas o en estado semisólido usados en los productos que podrían causar algún daño a la salud de la población o al medio ambiente. Estos productos son susceptibles de ser canalizados con procesos de reciclaje, comercialización, tratamiento o un tratamiento como solución final.

### ***Responsabilidad ambiental***

Se desprende de la responsabilidad con el medio ambiente, lo que también significa responsabilidad para con los afectados del citado daño al medio ambiente. La correcta valorización y compromiso para reparar los daños por las malas prácticas, así como la obligatoriedad al seguimiento y respeto por la normativa vigente.

### ***Responsabilidad social empresarial***

Es el conjunto de políticas, acciones y objetivos estratégicos de una empresa orientados al cambio y ejecución con responsabilidad, de sus actividades hacia el medio ambiente, el entorno y sus grupos de interés.

### ***Responsabilidad social interna***

El área interna de la RSE es la que se refiere a las acciones de las empresas con respecto a sus trabajadores y colaboradores estratégicos, es decir a su desarrollo laboral y profesional con explícita atención a sus derechos.

### ***Responsabilidad moral***

Constituye un concepto que hace frente a la parte moral, de una forma sana de convivencia entre las sociedades y organizaciones.

***Stakeholders / grupos de interés / partes afectadas***

Grupos humanos u organizaciones que resulten afectados por el accionar empresarial.

***Valores***

Los principios que usa de base una sociedad, las mismas que obran en la conducta de los seres humanos y mantienen la armonía de las relaciones personales y empresariales.

***Virtudes***

En filosofía moral son los hábitos buenos para alcanzar una meta (los fines) y al cabo para ser felices.

***Vicios***

En filosofía moral son los hábitos malos que nos alejan de la meta.

### **1.3. Justificación**

En consecuencia, la importancia de la RSE y la relevancia de las políticas y procedimientos que de esta se desprenden para las organizaciones del estado, en sus operaciones diarias es de una profunda necesidad describir la realidad problemática actual que de nuevas luces para la gestión pública.

#### **1.3.1. Justificación práctica**

En el presente trabajo de investigación consigna un contenido que servirá para mejorar los procesos de toma de decisiones, a su vez esto, servirá para elevar el nivel de las políticas, procesos y procedimientos definidos en la RSE.

#### **1.3.2. Justificación teórica**

De igual manera, la presente investigación servirá para buscar mediante el uso de los conocimientos teóricos y conceptos básicos y actualizados de la RSE puntualizar explicaciones de acontecimientos internos (responsabilidades éticas, legales y económicas) y externas (protección del ambiente, financiamiento, filantropía, relaciones públicas) que afecten el desarrollo de la institución del estado y con esto, adicionarlo al conocimiento original.

#### **1.3.3. Justificación metodológica**

Adicionalmente, el presente trabajo de investigación servirá para determinar la dirección en que se conducen las políticas y acciones de las estrategias de la institución, mediante el uso de las técnicas de investigación como el cuestionario y su tratamiento estadístico con el software. Esta investigación encamina esfuerzos para conocer el nivel de concientización de los empleados y colaboradores con los objetivos y lineamientos de la RSE.

#### **1.3.4. Justificación legal**

En el marco legal, existe una normativa de defensa del medio ambiente, así como la parte de facultades institucionales, facultades sancionadoras y de recaudación para tener en cuenta para el normal desarrollo de los municipios. Se tendrá presente en esta investigación la normativa vigente en estos aspectos relacionados con el tema, dentro del marco legal de gobiernos locales.

### **1.3.5. Justificación epistemológica**

Este trabajo de investigación esta avocado mediante la investigación científica, incidir sobre los conocimientos ya planteados, sus posibilidades, sus limitaciones y la cercanía con el investigador. En suma, estas iniciativas se hacen para encontrar las causas del conocimiento, el entendimiento de los mismos que luego será argumentado.

### **1.4. Problema**

La RSE es una preocupación creciente en las últimas décadas del mundo empresarial global, ya que las relaciones comerciales y de inversión se sostiene sobre una base de imagen corporativa en cada rubro. Pero las acciones concretas para mitigar el daño ambiental todavía están en pañales, el viejo experimento de ensayo y error parece ser un estándar preponderante, el que debe ser ampliamente debatido y sofisticarse como la misma industria. No hay que dejar de lado la filantropía y las estrategias de relaciones públicas para fortalecer la RSE de las organizaciones.

En el ámbito de Sudamérica, aun es insipiente, es decir el avance en relacionarse con la población y su desarrollo es tímido y de poco andar. El enfoque de los proyectos de RSE debe ser con una proyección a dar sostenibilidad a las comunidades en beneficio mutuo. Los objetivos se alcanzan con visión estratégica de largo plazo y bien definida, las acciones encaminadas a las necesidades de los habitantes de la comunidad.

En nuestro país, aún falta aprender y concientizar al empresariado de que, más que una filosofía económica de producción, la responsabilidad social se ubica dentro de sus lineamientos éticos, aunque a la larga redundara necesariamente en la generación de valor económico. Si bien las acciones de la responsabilidad social deben mantener una relación básica de coordinación, sus proyectos, sus estrategias son autónomas en el desenvolvimiento empresarial.

En el plano local, en lo que se refiere a las municipalidades que es el ámbito de este estudio, la gestión ambiental pasa por un lento avance hacia nuevas políticas de desarrollo social y cultural. Se entiende que los objetivos de los planes de desarrollo nacional son adoptados en el plano regional y local, con lineamientos políticos de calidad y un marco normativo que asegure el bienestar y la sana convivencia, así como la integridad de los recursos naturales.

El segundo distrito más densamente poblado de todo el Perú es el de San Martín de Porres (686, 703 habitantes hasta el año 2015), esto significa en porcentaje del 28% de los pobladores en Lima, que mantienen las siguientes características: En lo que se refiere al tratamiento y recojo de basura o residuos sólidos, este distrito cuenta con un servicio tercerizado en 23 zonas del distrito. Es decir 3 viajes de paso de los camiones compactadores de la empresa Petramas S.A.C.

Además, cuenta con un servicio propio en las 8 zonas de expansión, Por lo que este servicio de limpieza pública es mixto. El contrato con la empresa privada es por tonelada recogidas y vertidas en el relleno sanitario. El servicio privado de Petramas es eficiente, mientras que el servicio propio de la municipalidad es deficiente por que el servicio cuenta con unidades de maquinaria obsoleta, los trabajadores (personal nombrado) son casi en su totalidad adultos mayores, dispuestos en turnos de 6 horas por cada turno. La diferencia entre la cobertura de recojo de residuos sólidos y la producción de basura de la población del distrito se convierte en un déficit en varias zonas identificadas en puntos críticos.

Esto se debe a la población con falta de conciencia ambiental que arroja los desperdicios en cualquier sitio a cualquier momento. A esto se aúna la poca capacidad de recaudar los tributos por arbitrios destinados a la limpieza pública y ornato distrital, evidenciando la morosidad de los vecinos y pobre fiscalización. Todo es parte del desconocimiento de gran parte de la población sobre costos de la recolección de basura y el déficit de toneladas que afronta la municipalidad. Si bien tiene facultades sancionadoras, no parece ejercerlas en la imposición y recaudación de faltas a la normativa y delitos ambientales.

Mantiene una logística limitada sin instrumentos de gestión o información técnico operativo que reduce el accionar de los actuales funcionarios. La presencia de la municipalidad en campañas y actividades de promoción ambiental es poca o ninguna. Además, falta de programas informativos en entidades educativas, culturales y de desarrollo social. No cuentan con un plan estructurado de RSE, tienen más bien un servicio de recolección de basura y desmonte que atiende las denuncias de la población. En el contexto institucional, es necesario tomar acciones encaminadas hacia fortalecer una estrategia de RSE para un distrito en continuo crecimiento.

#### **1.4.1 Formulación del problema**

##### **1.4.1.1 Problema general**

¿Cuál es el nivel de la RSE en la Gerencia Servicios Públicos de la Municipalidad de San Martín de Porres, 2017?

##### **1.4.1.2 Problemas específicos**

Problema específico 1

¿Cuál es el nivel de los fundamentos éticos de la RSE en la gerencia servicios públicos de la Municipalidad de San Martín de Porres, 2017?

Problema específico 2

¿Cuál es el nivel del marketing social de la RSE en la gerencia servicios públicos de la Municipalidad de San Martín de Porres, 2017?

Problema específico 3

¿Cuál es el nivel de la responsabilidad social interna de la RSE en la gerencia servicios públicos de la Municipalidad de San Martín de Porres, 2017?

## **1. 5. Objetivos**

### **1. 5. 1. General**

Describir el nivel de la RSE en la gerencia servicios públicos de la Municipalidad de San Martín de Porres, 2017

### **1. 5. 2. Específicos**

Objetivo específico 1

Describir el nivel de los fundamentos éticos de la RSE en la gerencia servicios públicos de la Municipalidad de San Martín de Porres, 2017

Objetivo específico 2

Describir el nivel del marketing social de la RSE en la gerencia servicios públicos de la Municipalidad de San Martín de Porres, 2017

Objetivo específico 3

Describir el nivel de responsabilidad social Interna de la RSE en la gerencia servicios públicos de la Municipalidad de San Martín de Porres, 2017

## **II. Marco metodológico**

## **2.1 Variables y su definición conceptual**

Después de desarrollar el marco teórico y contenido de diferentes autores quiero tomar en consideración lo referido por el autor Marquina en el año 2013 en donde la Responsabilidad Social Empresarial contiene las dimensiones Fundamentos Éticos, Marketing Social y Responsabilidad Social Interna.

### **2.1.1. Definición Conceptual**

#### **Definición de Responsabilidad Social Empresarial**

Es el conjunto de políticas, acciones y objetivos estratégicos de una empresa orientados al cambio y ejecución con responsabilidad, de sus actividades hacia el medio ambiente, el entorno y sus grupos de interés.

Marquina (2013) refirió que:

Responsabilidad social implica una estrategia gerencial orientada a la acción por parte de la empresa, basada en un conjunto de políticas, prácticas y programas que se encuentran integrados en las operaciones del negocio. La toma de decisiones incluye un compromiso voluntario de contribuir con el desarrollo sostenible. (p. 18).

### **2.1.2. Definición Operacional**

La variable Responsabilidad Social Empresarial se ha operacionalizado con la dimensión fundamentos éticos, formado con tres indicadores y nueve ítems, además la dimensión marketing social, construido con tres indicadores y nueve ítems, finalmente la dimensión responsabilidad social interna con tres indicadores y nueve ítems.

## **2.2 Operacionalización de variables**

La variable Responsabilidad Social Empresarial se ha operacionalizado con las dimensiones fundamentos éticos, marketing social y responsabilidad social interna.

Tabla1

*Tabla de operacionalización de la variable Responsabilidad Social Empresarial*

| <b>Dimensiones</b>                   | <b>Indicadores</b>           | <b>Ítems</b> | <b>Escala</b>               | <b>Niveles y Rango</b>  |
|--------------------------------------|------------------------------|--------------|-----------------------------|-------------------------|
| Fundamentos<br>Éticos                | Protección del ambiente      | 1,2 y 3      | Nunca (1)<br>Casi nunca (2) | Inaceptable<br>1-3      |
|                                      | Financiamiento               | 4, 5 y 6     | A veces (3)                 | Poco Aceptable<br>4-6   |
|                                      | Comunidad local              | 7, 8 y 9     | Casi siempre<br>(4)         | Aceptable<br>7-9        |
| Marketing<br>Social                  | Filantropía                  | 10, 11 y 12  | Siempre (5)                 |                         |
|                                      | Relaciones públicas          | 13, 14 y 15  |                             |                         |
| Responsabilidad<br>Social<br>Interna | Estrategias                  | 16, 17 y 18  |                             |                         |
|                                      | Responsabilidades éticas     | 19, 20 y 21  |                             | Inaceptable<br>10-12    |
|                                      | Responsabilidades legales    | 22, 23 y 24  |                             | Poco Aceptable<br>13-15 |
|                                      | Responsabilidades económicas | 25, 26 y 27  |                             | Aceptable<br>16-18      |
|                                      |                              |              |                             | Inaceptable<br>19-21    |
|                                      |                              |              |                             | Poco Aceptable<br>22-24 |
|                                      |                              |              |                             | Aceptable<br>25-27      |

**2.3 Metodología**

La presente investigación se realizó con el estudio descriptivo, acerca de este concepto tenemos:

Hernández, Fernández y Baptista (2010) indicó:

La investigación descriptiva busca especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analiza. Describe tendencias de un grupo o población. El procedimiento consiste en medir o ubicar a un grupo de personas, objetos, situaciones, contextos, fenómenos en una variable o concepto y proporcionar su descripción. (p.85).

El diseño de estudio en la presente investigación fue nivel descriptivo, porque busca especificar los atributos y características de los sujetos involucrados, procesos u otra circunstancia susceptible de ser analizada.

## 2.4 Tipo de estudio

La investigación fue de tipo básica, teórica, fundamental, dogmática o pura, se caracteriza porque está basado en un marco teórico teniendo como finalidad el de incrementar los conocimientos.

## 2.5 Diseño

La presente investigación es descriptiva, no experimental, de corte transversal. Acerca del diseño descriptivo Hernández, Fernández y Baptista (2010) señaló:

La investigación descriptiva busca especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analiza. Describe tendencias de un grupo o población. El procedimiento consiste en medir o ubicar a un grupo de personas, objetos, situaciones, contextos, fenómenos en una variable o concepto y proporcionar su descripción. (p.149).

Los estudios no experimentales pueden ser de dos tipos, transeccionales y longitudinales. En los diseños de investigación transversal la recolección de datos o medición de varias muestras se obtiene en un solo momento.



M: Grupo de sujeto o Muestra.

Ox: Observación, una medición, prueba.

## 2.6. Población, muestra y muestreo.

### 2.6.1. Población

La población o universo de la presente investigación estuvo conformado por 110 trabajadores administrativos y operativos, de la Gerencia Servicios Públicos de la Municipalidad de San Martín de Porres.

Al respecto, Hernández, Fernández y Baptista (2010) refirió:

Una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones. Debe situarse claramente en

torno a sus características de contenido, de lugar y en el tiempo. Es la totalidad del fenómeno a estudiar, donde las entidades de la población poseen una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación. (p.174).

En vista de lo anterior, dado que la población es pequeña y se tiene acceso a ella, se determinó trabajar de manera censal. Por tanto, la población es igual a la muestra.

## 2.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

### 2.7.1. Técnicas

Para la presente investigación se utilizó la encuesta como técnica de recolección de datos, la cual nos permitirá el estudio de la población mediante el análisis de muestras representativas a fin de explicar las variables de estudio y su frecuencia.

### 2.7.2. Instrumentos

En el presente estudio se utilizó el cuestionario, con el propósito de obtener respuestas de los sujetos estudiados a partir de la formulación de preguntas.

Tabla 2

#### *Descripción del instrumento.*

| Ficha técnica de la variable responsabilidad social empresarial |  |
|---|--|
| Nombre del Instrumento  | Cuestionario de Responsabilidad Social Empresarial   |
| Autor   | Jesús Moya Camarena  |
| Año   | 2017   |
| Tipo de instrumento   | Cuestionario   |
| Objetivo  | Describir la Responsabilidad Social Empresarial  |
| Población   | Trabajadores de Gerencia Servicios Públicos de la Municipalidad de San Martín de Porres, 2017  |
| Número de ítem  | 27   |
| Aplicación  | Directa.   |
| Tiempo de administración  | 10 minutos.  |
| Normas de aplicación  | El trabajador marcará en cada ítem de acuerdo lo que considere evaluado respecto lo observado. |
| Escala  | De Likert<br>(1) Nunca<br>(2) Casi nunca<br>(3) A veces<br>(4) Casi siempre<br>(5) Siempre     |

## **2.8. Métodos de análisis de datos**

En la presente investigación se realizará la estadística descriptiva o deductiva, el cual es un procedimiento empleado para organizar y resumir conjuntos de datos obtenidos de las observaciones, este resumen se puede llevar a cabo mediante tablas, gráficos o valores numéricos.

## **2. 9. Consideraciones éticas**

Se tomó las siguientes consideraciones: cita de las fuentes primarias y secundarias; no hubo manipulación del resultado; se usó el instrumento sin la identidad de los trabajadores encuestados

### **III. Resultados**

### 3.1. Presentación de Resultados.

#### 3.1.1. Frecuencia de la variable RSE

Tabla 3

##### Niveles de RSE

|         |                | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Niveles | Inaceptable    | 31         | 28,2%      | 28,2              | 28,2                 |
|         | Poco Aceptable | 64         | 58,2%      | 58,2              | 86,4                 |
|         | Aceptable      | 15         | 13,6%      | 13,6              | 100,0                |
|         | Total          | 110        | 100,0%     | 100,0             |                      |

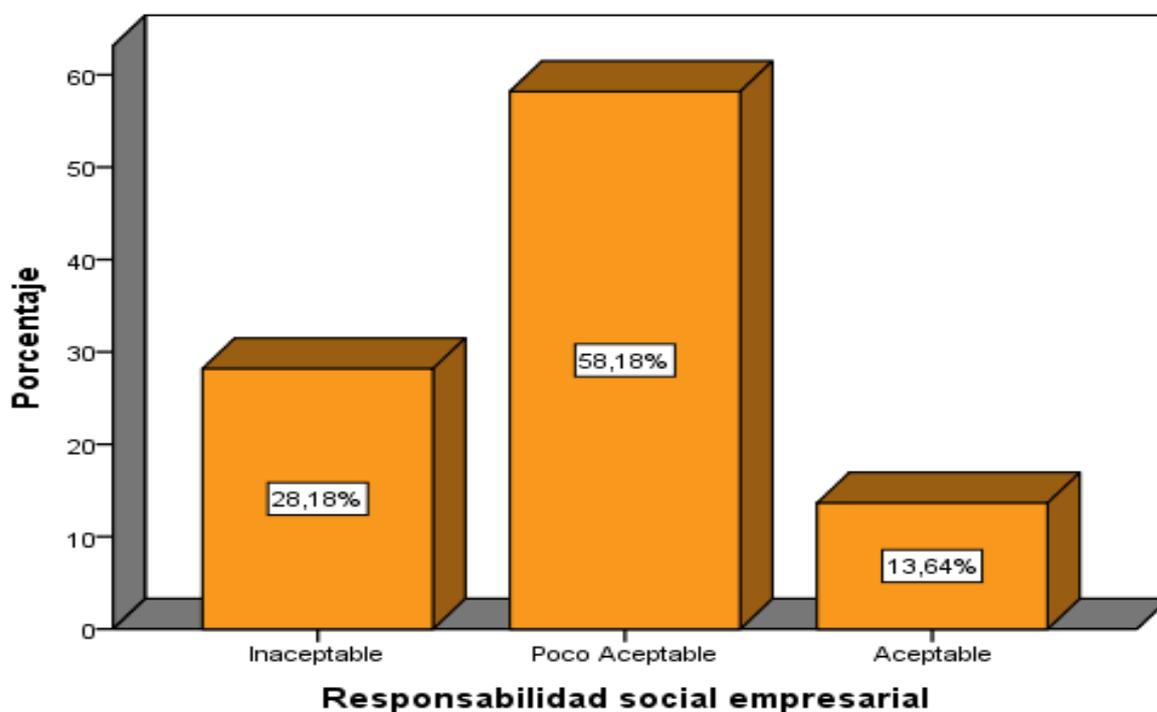


Figura 1. Niveles frecuenciales de la RSE

Como se detalla en la tabla 3 y figura 1 el 58,18% de los encuestados manifiestan que existe una RSE poco aceptable, el 28,18% han referido que la RSE es inaceptable y el 13,64% manifiestan que existe una RSE aceptable en la gerencia de servicios públicos de la Municipalidad de San Martín de Porres.

### 3.1.2. Frecuencia de las dimensiones de la variable RSE.

#### Resultados específicos

#### Resultado específico 1

Tabla 4

*Niveles de los fundamentos éticos*

|         |                | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Niveles | Inaceptable    | 31         | 28,2%      | 28,2              | 28,2                 |
|         | Poco aceptable | 6          | 5,5%       | 5,5               | 33,6                 |
|         | Aceptable      | 73         | 66,4%      | 66,4              | 100,0                |
|         | Total          | 110        | 100,0%     | 100,0             |                      |

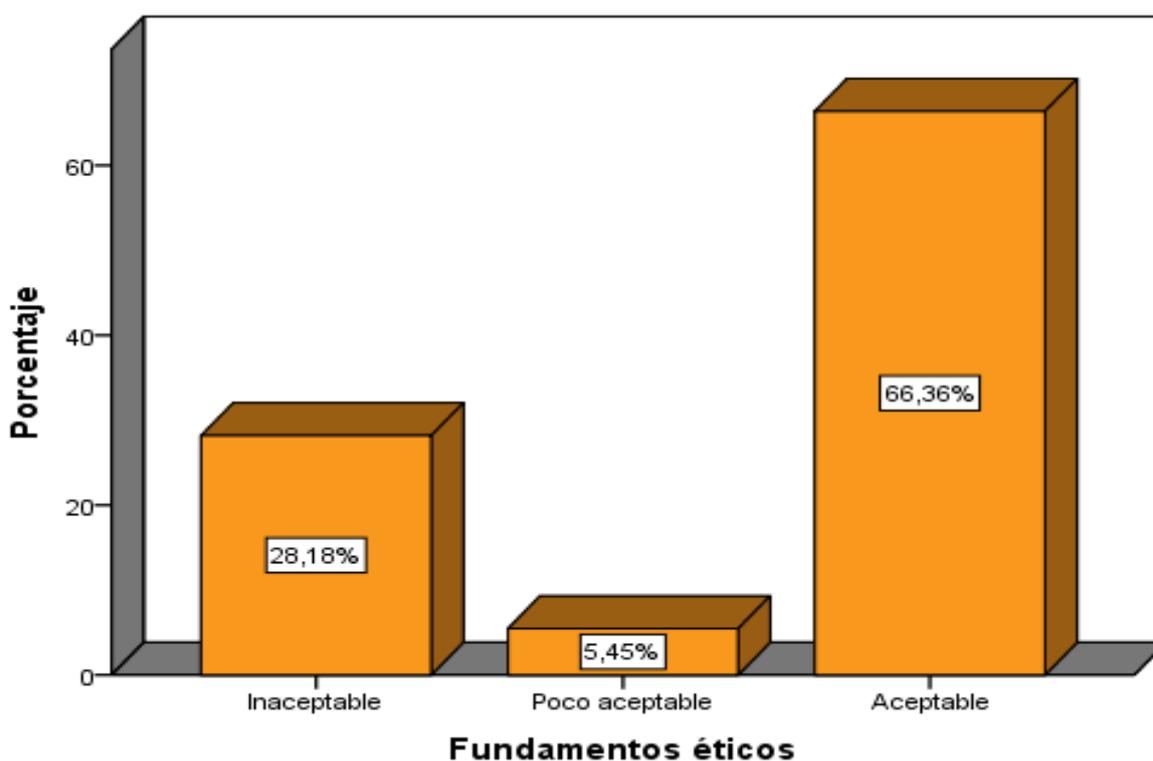


Figura 2. Niveles frecuenciales de los fundamentos éticos.

Asimismo, se detalla en la tabla 4 y figura 2 que el 66,36% de los encuestados manifiestan que existe fundamentos éticos de nivel aceptable, el 28,18% han referido que los fundamentos éticos se presentan en un nivel inaceptable y el 5,45% anunciaron tener fundamentos de éticos poco aceptable en la gerencia de servicios públicos de la Municipalidad de San Martín de Porres.

## Resultado específico 2

Tabla 5

### *Niveles de frecuencia del marketing social*

|         |                | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Niveles | Inaceptable    | 69         | 62,75      | 62,7              | 62,7                 |
|         | Poco aceptable | 20         | 18,2%      | 18,2              | 80,9                 |
|         | Aceptable      | 21         | 19,1%      | 19,1              | 100,0                |
|         | Total          | 110        | 100,05     | 100,0             |                      |

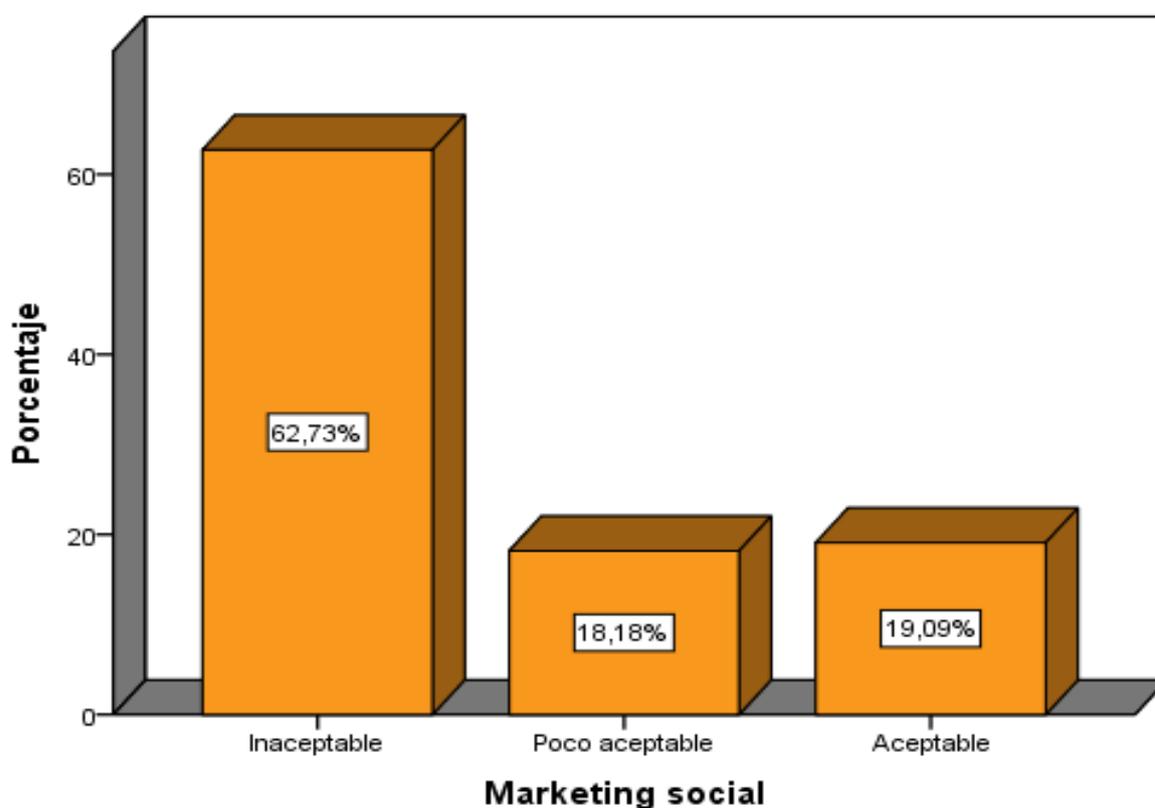


Figura 3. Niveles frecuenciales del marketing social.

Asimismo, se detalla en la tabla 5 y figura 3 que el 62,73% de los encuestados manifiestan que existe un Marketing social de nivel inaceptable, el 18,18% han referido que el Marketing social se presentan en un nivel poco aceptable y el 19,09% anunciaron tener un Marketing social aceptable en la gerencia de servicios públicos de la Municipalidad de San Martín de Porres.

### Resultados específico 3

Tabla 6

*Niveles de frecuencia de la responsabilidad social interna*

|        |                | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Inaceptable    | 13         | 11,85      | 11,8              | 11,8                 |
|        | Poco aceptable | 75         | 68,2%      | 68,2              | 80,0                 |
|        | Aceptable      | 22         | 20,0%      | 20,0              | 100,0                |
|        | Total          | 110        | 100,0%     | 100,0             |                      |

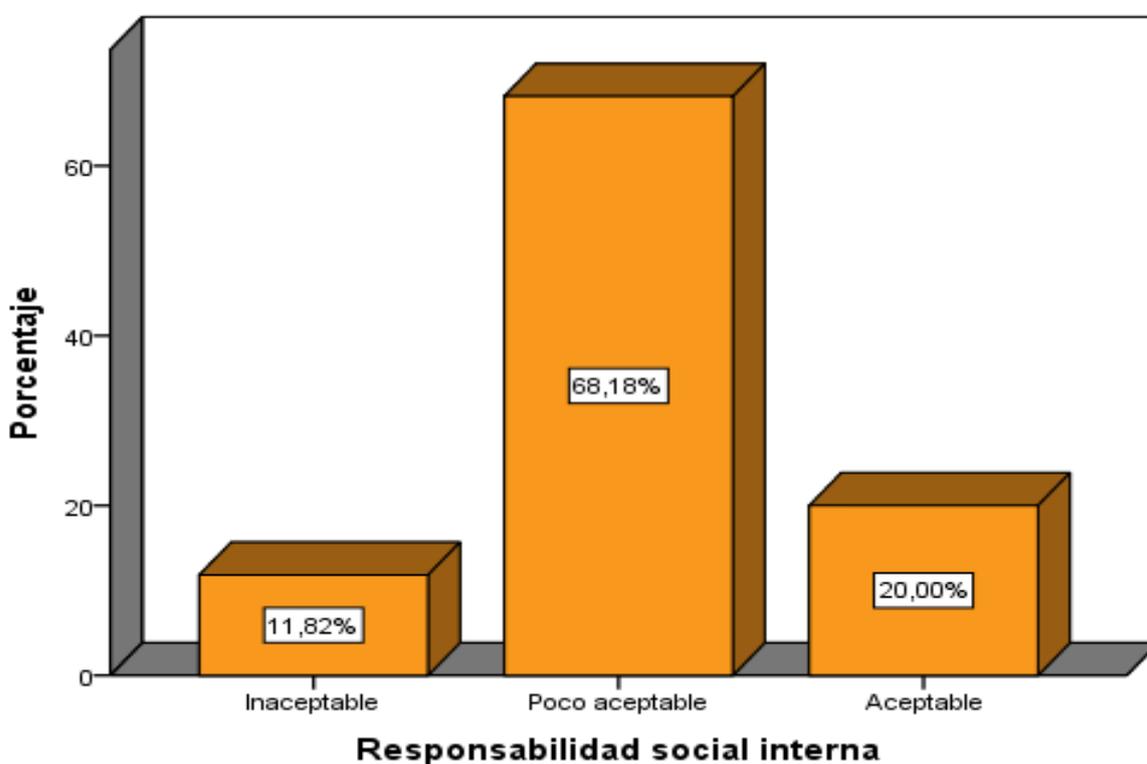


Figura 4. Niveles frecuenciales de la responsabilidad social interna

Finalmente, se presenta en la tabla 6 y figura 4 que el 68,18% de los encuestados exteriorizan que existe una responsabilidad social interna poco aceptable, el 20% han respondido que la responsabilidad social interna es aceptable y finalmente el 11,82% comunicaron que la responsabilidad social interna es inaceptable en la gerencia de servicios públicos de la Municipalidad de San Martín de Porres.

## **IV. Discusión**

Los resultados de la presente investigación fueron obtenidos a través de la aplicación de una encuesta para recolectar información sobre la RSE de la Gerencia de Servicios Públicos de la Municipalidad de San Martín de Porres, 2017. Los resultados del análisis descriptivo estadístico de la variable Responsabilidad Social Empresarial de la gerencia de servicios públicos de la Municipalidad de San Martín de Porres, arroja que el 58.18% considera que este presenta un nivel poco aceptable y el 28.18% considera que es un nivel inaceptable y el 13.64% considera que es de un nivel aceptable, estos resultados concuerdan con Lapa (2014), que en su investigación La Responsabilidad Social Empresarial frente a la colectividad laboral en el Perú, para optar el grado académico de Doctor en Contabilidad y Finanzas de la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Financieras Sección de Postgrado de la Universidad de San Martín de Porres en Lima, concluyó que las empresas utilizan la denominación RSE son muchas, pero son muy pocas las empresas que planifican rigurosamente sus actividades en el Balance Social, o Reporte Social Empresarial el cual nos permite apreciar los logros y las carencias de una Política Social. Nos muestra lo que hace por sus profesionales, dependientes, colaboradores y por la comunidad, dando transparencia a las actividades que buscan mejorar la calidad de vida de quienes lo rodean.

Los resultados del análisis descriptivo estadístico de la dimensión fundamentos éticos, arroja que el 66.36% considera que este presenta un nivel aceptable y el 28.18% considera que es un nivel inaceptable y el 5.45% considera que es de un nivel poco aceptable, estos resultados concuerdan con Ramos(2013) quien presentó el trabajo de investigación La responsabilidad social empresarial de las entidades del sector salud: descripción y análisis crítico de la RSE en los códigos de buen gobierno, ética y conducta de las principales entidades promotoras de salud colombianas, para optar el grado académico de, de Maestría en Administración de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Colombia, concluyó que la comunidad y el empresariado debe ser enfocado a cumplir con metas establecidas acordes con una realidad deseada por todos estos, dictando iniciativas o actividades concretas; la articulación de esfuerzos del sector público y privado debe manejarse en el marco

una política más actual, neoliberal, que conlleve a la eficiencia de manejo de recursos; Los estándares de ética conocidos, deben ser reconocidos como un lenguaje común de alta relevancia para los valores institucionales con fines sociales.

Los resultados del análisis descriptivo estadístico de la dimensión marketing social, arroja que el 62.73% considera que este presenta un nivel inaceptable y el 18.18% considera que es un nivel poco aceptable y el 19.09% considera que es de un nivel aceptable, estos resultados concuerdan con Zecenarro (2015) que en su trabajo de investigación "Responsabilidad Social de la Empresa en la emisión y gestión de residuos sólidos generados en actividades publicitarias", para optar el grado académico de Magíster en Derecho de la Empresa de la Escuela de Postgrado de la Universidad Pontificia Universidad Católica del Perú en Lima, concluyó que es necesario de que las empresas consideren tener una amplia gama de medios de comunicación, la apertura necesaria para la implementación de nuevas ideas y sobre todo herramientas que les permitan evaluar si los medios que están empleando realmente tienen la efectividad deseada sobre el público; (marketing responsable) se hagan de manera sostenible para la sociedad y el medio ambiente.

Los resultados del análisis descriptivo estadístico de la dimensión responsabilidad social interna, arroja que el 68.18% considera que este presenta un nivel poco aceptable y el 20.00% considera que es un nivel aceptable y el 11.82% considera que es de un nivel inaceptable, estos resultados concuerdan con Escobar (2015) quien presentó el trabajo de investigación "La responsabilidad social empresarial como Medio de rentabilidad y competitividad, para optar el grado académico de Magíster en Derecho de la Empresa con Especialidad en Gestión Empresarial, concluyó que el objetivo de la empresa es buscar medios responsables que generen rentabilidad, considerando el bien común del entorno el desarrollo sostenible y su visión. y en conclusión el retorno económico a la empresa, no solo se basa en la mayor venta o mas inversión, si no se tiene que ver también la parte de operaciones de ahorro en costos, mayor eficiencia de los procesos productivos y otros mejoran su imagen ante el entorno.

## **V. Conclusiones**

Primera: Se concluye que la variable: Responsabilidad Social Empresarial de la gerencia de servicios públicos de la Municipalidad de San Martín de Porres presenta un nivel de tendencia poco aceptable, según el resultado de los encuestados, donde el 58.18% considera que esta presenta un nivel poco aceptable y el 28.18% considera que es un nivel inaceptable y el 13.64% considera que es de un nivel aceptable.

Segunda: Se concluye que la dimensión fundamentos éticos, arroja un 66.36% considerándola en un nivel aceptable, el 28.18% considera que es un nivel inaceptable y el 5.45% considera que es de un nivel poco aceptable.

Tercera: Se concluye que la de la dimensión marketing social, arroja un 62.73% considerándola en un nivel inaceptable, el 18.18% considera que es un nivel poco aceptable y el 19.09% considera que es aceptable.

Cuarta: Se concluye que la dimensión responsabilidad social interna, arroja un 68.18% considerándola en un nivel poco aceptable, el 20.00% considera que es un nivel aceptable y el 11.82% considera que es de un nivel inaceptable.

## **VI. Recomendaciones**

Primera: Se recomienda a la gerencia de servicios públicos de la Municipalidad de San Martín de Porres formular una política y estrategia para la promoción de la responsabilidad social empresarial, incentivándola, con mecanismos de certificación, establecimiento de estándares obligatorios, campañas de sensibilización, reportes públicos, premios y reconocimiento públicos, o pautas para el voluntariado empresarial, ya que con ello permitirá obtener índices y resultados que aseguren su funcionabilidad y utilidad.

Segunda: Se recomienda a la gerencia de servicios públicos de la Municipalidad de San Martín de Porres potenciar la dinamización, mediante la facilitación de políticas que favorezcan la responsabilidad social empresarial, el desarrollo de estándares y prácticas de información que promuevan la RSE y la creación de espacios de diálogo y cooperación.

Tercera: Se recomienda a la gerencia de servicios públicos de la Municipalidad de San Martín de Porres implementar medidas regulatorias que impliquen coerción, es decir que prohíban o prescriban se haga una acción, con medidas de efecto económico para disuadir una acción mediante algún impuesto, tasa o gravamen, o la facilitaban, mediante una subvención o financiamiento.

Cuarta: Se recomienda a la gerencia de servicios públicos de la Municipalidad de San Martín de Porres dar solidez, efectividad y la seriedad necesaria, pues la RSE, implica una gestión estratégica que se planifica, ejecuta y mide y se explicita en un documento como toda gestión.

## **VII. Referencias**

- Andía, W. (2013). *Responsabilidad Social Empresarial Manual de Gestión Ambiental*. (3ª ed.). Lima Perú: Ediciones Arte y Pluma.
- Del Castillo, M. (2015). *Análisis de la efectividad de la Mesa de Diálogo de Responsabilidad Social como promotora del desarrollo de la Provincia de Talara, Piura, Perú Periodo 2012 – 2013*. (Tesis de maestría). Universidad Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima, Perú.
- Elías, T. y Vila, S. (2014). *Análisis de la responsabilidad social universitaria de la Pontificia Universidad Católica del Perú en el proyecto construcción de viviendas seguras y saludables, para las familias afectadas por el sismo en el centro poblado la Garita – Chincha*. (Tesis de maestría). Universidad Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima, Perú.
- Escobar, E. (2015). *La responsabilidad social empresarial como Medio de rentabilidad y competitividad*. (Tesis de maestría). Universidad Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima, Perú.
- Fernández, M. (2016). *Responsabilidad social corporativa estratégica de los recursos humanos basada en alto compromiso y resultados organizativos: un modelo integrado*. (Tesis doctoral). Universidad Complutense de Madrid. España.
- Hernández, R. Fernández C. y Baptista M. (2010). *Metodología de la investigación* (5ª ed.). México D. F. McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Henao, J. (2013). *La Responsabilidad Social Empresarial como Estrategia de Gestión en la Organización Pranha S.A.* (Tesis doctoral). Universidad Nacional de Colombia. Bogotá, Colombia.
- Lapa, L. (2014). *La Responsabilidad Social Empresarial frente a la colectividad laboral en el Perú*. (Tesis doctoral). Universidad San Martín de Porres. Lima, Perú.

- Maraví, A. (2014). *Responsabilidad Social Empresarial* (1ª ed.). Lima, Perú: Fondo Editorial de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega.
- Marquina, P. (2013) *Responsabilidad social: Tarea Pendiente* (1ª ed.). Lima Perú: Fondo Editorial de Centrum Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Navarro, F. (2012). *Responsabilidad social Corporativa: Teoría y Práctica*. (2ª ed.). Madrid España: Editorial ESIC Business & Marketing School
- Pérez, H. (2015). *Perspectiva de las Empresas Metalmeccánicas Productoras de Autopartes del Estado Aragua, en Cuanto al Cumplimiento de la Responsabilidad Social con la Comunidad Considerando la Relación Costo Beneficio*. (Tesis doctoral). Universidad de Carabobo. Venezuela.
- Ramos, K. (2013). *La responsabilidad social empresarial de las entidades del sector salud: descripción y análisis crítico de la RSE en los códigos de buen gobierno, ética y conducta de las principales entidades promotoras de salud colombianas*. (Tesis de maestría). Universidad Nacional de Colombia. Bogotá, Colombia.
- Rodríguez, N. y Solano, R. (2014). *Propuesta de Política y Programa de Responsabilidad Social Empresarial para la Unión Cantonal de Abangares*. (Tesis de maestría). Universidad Estatal de Costa Rica. San José, Costa Rica.
- Velasco et al (2013). *Guía de buenas prácticas en responsabilidad social de género*. (1ª ed.). Madrid España: Ediciones Pirámide.
- Zecenarro, Z. (2015). *Responsabilidad Social de la Empresa en la emisión y gestión de residuos sólidos generados en actividades publicitarias*. (Tesis de maestría). Universidad Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima, Perú.

## **VIII. Anexos**

## Anexo 1. Matriz de consistencia

|               |   |
|---------------|---|
| <b>TÍTULO</b> | Responsabilidad Social Empresarial de la Gerencia Servicios Públicos de la<br>Municipalidad de San Martín de Porres, 2017<br>AUTOR: Jesús Moya Camarena |
|---------------|---|

| PROBLEMA   | OBJETIVOS  | VARIABLES E INDICADORES                             |   |                  |   |   |
|--|--|---|---|------------------|---|---|
| <p><b>PROBLEMA GENERAL</b></p> <p>¿Cuál es el nivel de la RSE en la Gerencia Servicios Públicos de la Municipalidad de San Martín de Porres, 2017?</p> <p><b>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</b></p> <p>¿Cuál es el nivel de los Fundamentos Éticos de la RSE en la Gerencia Servicios Públicos de la Municipalidad de San Martín de Porres, 2017?</p> <p>¿Cuál es el nivel del Marketing Social de la RSE en la Gerencia Servicios Públicos de la Municipalidad de San Martín de Porres, 2017?</p> <p>¿Cuál es el nivel de la Responsabilidad Social Interna de la RSE en la Gerencia Servicios Públicos de la Municipalidad de San Martín de Porres, 2017?</p> | <p><b>OBJETIVO GENERAL</b></p> <p>Describir el nivel de la RSE en la Gerencia Servicios Públicos de la Municipalidad de San Martín de Porres, 2017.</p> <p><b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b></p> <p>Describir el nivel de los Fundamentos Éticos de la RSE en la Gerencia Servicios Públicos de la Municipalidad de San Martín de Porres, 2017.</p> <p>Describir el nivel del Marketing Social de la RSE en la Gerencia Servicios Públicos de la Municipalidad de San Martín de Porres, 2017</p> <p>Describir el nivel de Responsabilidad Social Interna de la RSE en la Gerencia Servicios Públicos de la Municipalidad de San Martín de Porres, 2017.</p> | <b>VARIABLE: Responsabilidad Social Empresarial</b> |   |                  |   |   |
|  |  | <b>Dimensiones</b>                                  | <b>Indicadores</b>  | <b>Ítems</b>     | <b>Escalas y Valores</b>  | <b>Niveles y Rango</b>  |
|  |  | <b>Fundamentos Éticos</b>                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Protección del ambiente</li> <li>- Financiamiento</li> <li>- Comunidad local</li> </ul>                          | Del (1) al (09)  | (1) Nunca<br>(2) Casi nunca<br>(3) A veces<br>(4) Casi siempre<br>(5) Siempre | -Inaceptable<br>27-63<br>-Poco Aceptable<br>64-100<br>-Aceptable<br>101-137 |
|  |  | <b>Marketing Social</b>                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Filantropía</li> <li>- Relaciones públicas</li> <li>- Estrategias</li> </ul>                                     | Del (10) al (18) |   |   |
|  |  | <b>Responsabilidad Social Interna</b>               | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Responsabilidades éticas</li> <li>- Responsabilidades legales</li> <li>- Responsabilidades económicas</li> </ul> | Del (19) al (27) |   |   |

| METODO Y DISEÑO  | POBLACIÓN Y MUESTRA  | TECNICAS E INSTRUMENTOS  | ESTADÍSTICA  |
|--|--|--|--|
| <p><b>TIPO.</b><br/>La investigación es una investigación Básica.</p> <p><b>DISEÑO.</b><br/>La investigación es descriptiva, no experimental, de corte transversal.</p> <p>El esquema del presente diseño es el siguiente:</p> <div data-bbox="226 507 562 584" style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> </div> <p>Donde:<br/>G: Grupo de sujeto o Muestra.<br/>O: Observación, una medición, prueba.</p> | <p><b>POBLACIÓN.</b><br/>Trabajadores estables de la gerencia de servicios públicos de la municipalidad de San Martín de Porres. (110 trabajadores administrativos y operativos).</p> <p><b>MUESTRA.</b><br/>No probabilístico por Conveniencia. Es una muestra del personal administrativo (40 trabajadores), y del personal operativo (70 trabajadores) de la gerencia de servicios públicos de la municipalidad de San Martín de Porres, 2017</p> | <p><b>VARIABLE</b> : Proceso Estratégico</p> <p><b>TÉCNICA</b> : Encuesta.</p> <p><b>INSTRUMENTO:</b> Cuestionario para medir el nivel de Responsabilidad Social Empresarial de la gerencia de servicios públicos de la municipalidad de San Martín de Porres, 2017</p> <p><b>AUTOR</b> : Jesús Leonidas Moya Camarena</p> <p><b>AÑO</b> : 2017</p> <p><b>ÁMBITO DE APLICACIÓN</b> : Gerencia de servicios públicos de la municipalidad de San Martín de Porres, 2017.</p> | <p><b>CONFIABILIDAD</b><br/>La confiabilidad del instrumento fue obtenida mediante la aplicación del coeficiente "Alfa de Cron Bach" (propuesto por Lee J. Cron Bach 1916-2001 en el año 1951) que nos dio el grado en que el instrumento es confiable. El Coeficiente Alfa de Cron Bach (<math>\alpha</math>), se describe mediante la siguiente fórmula estadística:</p> <div data-bbox="1397 405 2011 533" style="border: 1px solid black; padding: 10px; text-align: center;"> <math display="block">\alpha = \left( \frac{n}{n - 1} \right) \left[ 1 - \frac{\sum_{i=1}^n \sigma_{X_i}^2}{\sigma_X^2} \right]</math> </div> <p>Dónde:<br/> <math>\alpha</math> : Coeficiente Alfa de Cron Bach<br/> n : Número de ítems<br/> <math>\sum \sigma_{xi}^2</math> : Sumatoria de las Varianzas de los ítems<br/> <math>\sigma_{X^2}</math> : Varianza de la variable.</p> <p><b>ESCALAS DE VALORACION DE LOS COEFICIENTES DE CONFIABILIDAD</b><br/> Confiabilidad nula: De 0,53 a menos<br/> Confiabilidad baja : De 0,54 a 0,69<br/> Confiabilidad : De 0,60 a 0,65<br/> Muy confiable : De 0,66 a 0,71<br/> Excelente : De 0,72 a 1,00</p> |

## Anexo 2. Constancia emitida por la institución que acredite la realización del estudio en situ

"Año del Buen Servicio al Ciudadano"

### CONSTANCIA

**EL GERENTE SE SERVICIOS PUBLICOS DE LA MUNICIPALIDAD DE SAN MARTIN DE PORRES QUIEN SUSCRIBE:**

**HACE CONSTAR:**

Mediante la presente dejo constancia que el Br. Jesús Leonidas Moya Camarena, tesista de la Escuela de Post Grado de la Universidad César Vallejo – sede Lima Norte, ha aplicado en forma satisfactoria el instrumento de recojo de información denominado: cuestionario que mide la responsabilidad social empresarial de la gerencia de servicios públicos de la Municipalidad de San Martín de Porres, 2017, con la finalidad de obtener el grado de Magister en Gestión Pública.

Se expide la presente solicitud a petición del interesado para los fines que estime conveniente.

San Martín de Porres, 15 de mayo de 2017

 MUNICIPALIDAD DE SAN MARTIN DE PORRES  
  
Ing. Jimmy Sota León  
GERENTE DE SERVICIOS PÚBLICOS  
Y GESTIÓN AMBIENTAL

**Gerente**

Anexo 3. Matriz de datos

| VARIABLE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL |                                 |   |   |   |   |   |   |   |   |                               |    |    |    |    |    |    |    |    |   |     |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |
|---|---------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|-------------------------------|----|----|----|----|----|----|----|----|---|-----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|
| SUJETOS                                     | DIMENSIÓN 1: FUNDAMENTOS ETICOS |   |   |   |   |   |   |   |   | DIMENSIÓN 2: MARKETING SOCIAL |    |    |    |    |    |    |    |    | DIMENSIÓN 3: RESPONSABILIDAD SOCIAL INTERNA |     |    |    |    |    |    |    |    | TG |    |    |     |
|   | 1                               | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | TD1                           | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18  | TD2 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 |    | 26 | 27 | TD3 |
| 1   | 4                               | 2 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 26                            | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 2  | 24  | 3   | 3  | 3  | 4  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 29 | 79 |     |
| 2   | 4                               | 2 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 | 4 | 4 | 25                            | 1  | 1  | 1  | 2  | 3  | 2  | 3  | 2  | 2   | 17  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 2  | 25 | 67  |
| 3   | 4                               | 2 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 26                            | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 2  | 24  | 3   | 3  | 3  | 4  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 29 | 79 |     |
| 4   | 4                               | 2 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 | 4 | 4 | 25                            | 1  | 1  | 1  | 2  | 3  | 2  | 3  | 2  | 2   | 17  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 2  | 25 | 67  |
| 5   | 4                               | 3 | 1 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 3 | 21                            | 2  | 2  | 2  | 2  | 4  | 3  | 3  | 2  | 3   | 23  | 3  | 2  | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 2  | 3  | 26 | 70  |
| 6   | 4                               | 2 | 1 | 4 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 24                            | 1  | 1  | 1  | 2  | 3  | 3  | 2  | 2  | 2   | 17  | 2  | 2  | 3  | 4  | 3  | 4  | 4  | 1  | 2  | 25 | 66  |
| 7   | 4                               | 2 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 26                            | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 2  | 24  | 3   | 3  | 3  | 4  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 29 | 79 |     |
| 8   | 4                               | 3 | 1 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 3 | 21                            | 2  | 2  | 2  | 2  | 4  | 3  | 3  | 2  | 3   | 23  | 3  | 2  | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 2  | 3  | 26 | 70  |
| 9   | 4                               | 2 | 1 | 4 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 24                            | 1  | 1  | 1  | 2  | 3  | 3  | 2  | 2  | 2   | 17  | 2  | 2  | 3  | 4  | 3  | 4  | 4  | 1  | 2  | 25 | 66  |
| 10  | 3                               | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 3 | 1 | 3 | 16                            | 1  | 1  | 1  | 1  | 3  | 2  | 3  | 1  | 2   | 15  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 4  | 1  | 4  | 28 | 59  |
| 11  | 4                               | 2 | 1 | 4 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 24                            | 1  | 1  | 1  | 2  | 3  | 3  | 2  | 2  | 2   | 17  | 2  | 2  | 3  | 4  | 3  | 4  | 4  | 1  | 2  | 25 | 66  |
| 12  | 4                               | 2 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 | 4 | 4 | 25                            | 1  | 1  | 1  | 2  | 3  | 2  | 3  | 2  | 2   | 17  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 2  | 25 | 67  |
| 13  | 4                               | 3 | 1 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 3 | 21                            | 2  | 2  | 2  | 2  | 4  | 3  | 3  | 2  | 3   | 23  | 3  | 2  | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 2  | 3  | 26 | 70  |
| 14  | 3                               | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 3 | 1 | 3 | 16                            | 1  | 1  | 1  | 1  | 3  | 2  | 3  | 1  | 2   | 15  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 4  | 1  | 4  | 28 | 59  |
| 15  | 4                               | 2 | 1 | 4 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 24                            | 1  | 1  | 1  | 2  | 3  | 3  | 2  | 2  | 2   | 17  | 2  | 2  | 3  | 4  | 3  | 4  | 4  | 1  | 2  | 25 | 66  |
| 16  | 4                               | 2 | 1 | 4 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 24                            | 1  | 1  | 1  | 2  | 3  | 3  | 2  | 2  | 2   | 17  | 2  | 2  | 3  | 4  | 3  | 4  | 4  | 1  | 2  | 25 | 66  |
| 17  | 4                               | 3 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 18                            | 2  | 2  | 1  | 2  | 3  | 2  | 2  | 1  | 2   | 17  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 4  | 3  | 1  | 2  | 20 | 55  |
| 18  | 4                               | 3 | 1 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 3 | 21                            | 2  | 2  | 2  | 2  | 4  | 3  | 3  | 2  | 3   | 23  | 3  | 2  | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 2  | 3  | 26 | 70  |
| 19  | 4                               | 2 | 1 | 4 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 24                            | 1  | 1  | 1  | 2  | 3  | 3  | 2  | 2  | 2   | 17  | 2  | 2  | 3  | 4  | 3  | 4  | 4  | 1  | 2  | 25 | 66  |
| 20  | 4                               | 3 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 18                            | 2  | 2  | 1  | 2  | 3  | 2  | 2  | 1  | 2   | 17  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 4  | 3  | 1  | 2  | 20 | 55  |
| 21  | 4                               | 3 | 1 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 3 | 21                            | 2  | 2  | 2  | 2  | 4  | 3  | 3  | 2  | 3   | 23  | 3  | 2  | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 2  | 3  | 26 | 70  |
| 22  | 4                               | 2 | 1 | 4 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 24                            | 1  | 1  | 1  | 2  | 3  | 3  | 2  | 2  | 2   | 17  | 2  | 2  | 3  | 4  | 3  | 4  | 4  | 1  | 2  | 25 | 66  |
| 23  | 3                               | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 3 | 1 | 3 | 16                            | 1  | 1  | 1  | 1  | 3  | 2  | 3  | 1  | 2   | 15  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 4  | 1  | 4  | 28 | 59  |
| 24  | 3                               | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 15                            | 1  | 1  | 1  | 2  | 3  | 2  | 2  | 1  | 1   | 14  | 2  | 2  | 3  | 3  | 2  | 4  | 3  | 1  | 2  | 22 | 51  |
| 25  | 4                               | 2 | 1 | 4 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 24                            | 1  | 1  | 1  | 2  | 3  | 3  | 2  | 2  | 2   | 17  | 2  | 2  | 3  | 4  | 3  | 4  | 4  | 1  | 2  | 25 | 66  |
| 26  | 4                               | 3 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 18                            | 2  | 2  | 1  | 2  | 3  | 2  | 2  | 1  | 2   | 17  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 4  | 3  | 1  | 2  | 20 | 55  |
| 27  | 4                               | 3 | 1 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 3 | 21                            | 2  | 2  | 2  | 2  | 4  | 3  | 3  | 2  | 3   | 23  | 3  | 2  | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 2  | 3  | 26 | 70  |
| 28  | 4                               | 2 | 1 | 4 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 24                            | 1  | 1  | 1  | 2  | 3  | 3  | 2  | 2  | 2   | 17  | 2  | 2  | 3  | 4  | 3  | 4  | 4  | 1  | 2  | 25 | 66  |
| 29  | 3                               | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 3 | 1 | 3 | 16                            | 1  | 1  | 1  | 1  | 3  | 2  | 3  | 1  | 2   | 15  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 4  | 1  | 4  | 28 | 59  |
| 30  | 3                               | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 15                            | 1  | 1  | 1  | 2  | 3  | 2  | 2  | 1  | 1   | 14  | 2  | 2  | 3  | 3  | 2  | 4  | 3  | 1  | 2  | 22 | 51  |
| 31  | 4                               | 2 | 1 | 4 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 24                            | 1  | 1  | 1  | 2  | 3  | 3  | 2  | 2  | 2   | 17  | 2  | 2  | 3  | 4  | 3  | 4  | 4  | 1  | 2  | 25 | 66  |
| 32  | 4                               | 3 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 18                            | 2  | 2  | 1  | 2  | 3  | 2  | 2  | 1  | 2   | 17  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 4  | 3  | 1  | 2  | 20 | 55  |
| 33  | 4                               | 2 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 | 4 | 4 | 25                            | 1  | 1  | 1  | 2  | 3  | 2  | 3  | 2  | 2   | 17  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 2  | 25 | 67  |
| 34  | 4                               | 2 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 26                            | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 2  | 24  | 3   | 3  | 3  | 4  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 29 | 79  |
| 35  | 4                               | 2 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 | 4 | 4 | 25                            | 1  | 1  | 1  | 2  | 3  | 2  | 3  | 2  | 2   | 17  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 2  | 25 | 67  |
| 36  | 3                               | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 3 | 1 | 3 | 16                            | 1  | 1  | 1  | 1  | 3  | 2  | 3  | 1  | 2   | 15  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 4  | 1  | 4  | 28 | 59  |
| 37  | 3                               | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 15                            | 1  | 1  | 1  | 2  | 3  | 2  | 2  | 1  | 1   | 14  | 2  | 2  | 3  | 3  | 2  | 4  | 3  | 1  | 2  | 22 | 51  |
| 38  | 4                               | 2 | 1 | 4 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 24                            | 1  | 1  | 1  | 2  | 3  | 3  | 2  | 2  | 2   | 17  | 2  | 2  | 3  | 4  | 3  | 4  | 4  | 1  | 2  | 25 | 66  |
| 39  | 4                               | 3 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 18                            | 2  | 2  | 1  | 2  | 3  | 2  | 2  | 1  | 2   | 17  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 4  | 3  | 1  | 2  | 20 | 55  |
| 40  | 4                               | 2 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 | 4 | 4 | 25                            | 1  | 1  | 1  | 2  | 3  | 2  | 3  | 2  | 2   | 17  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 2  | 25 | 67  |
| 41  | 4                               | 2 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 26                            | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 2   | 24  | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 29 | 79  |
| 42  | 4                               | 2 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 | 4 | 4 | 25                            | 1  | 1  | 1  | 2  | 3  | 2  | 3  | 2  | 2   | 17  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 2  | 25 | 67  |
| 43  | 3                               | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 3 | 1 | 3 | 16                            | 1  | 1  | 1  | 1  | 3  | 2  | 3  | 1  | 2   | 15  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 4  | 1  | 4  | 28 | 59  |
| 44  | 4                               | 3 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 18                            | 2  | 2  | 1  | 2  | 3  | 2  | 2  | 1  | 2   | 17  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 4  | 3  | 1  | 2  | 20 | 55  |
| 45  | 4                               | 2 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 | 4 | 4 | 25                            | 1  | 1  | 1  | 2  | 3  | 2  | 3  | 2  | 2   | 17  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 2  | 25 | 67  |
| 46  | 4                               | 2 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 26                            | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 2   | 24  | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 29 | 79  |
| 47  | 4                               | 2 | 1 | 4 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 24                            | 1  | 1  | 1  | 2  | 3  | 3  | 2  | 2  | 2   | 17  | 2  | 2  | 3  | 4  | 3  | 4  | 4  | 1  | 2  | 25 | 66  |
| 48  | 4                               | 3 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 18                            | 2  | 2  | 1  | 2  | 3  | 2  | 2  | 1  | 2   | 17  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 4  | 3  | 1  | 2  | 20 | 55  |
| 49  | 4                               | 2 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 | 4 | 4 | 25                            | 1  | 1  | 1  | 2  | 3  | 2  | 3  | 2  | 2   | 17  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 2  | 25 | 67  |
| 50  | 4                               | 2 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 26                            | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 2   | 24  | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 29 | 79  |
| 51  | 4                               | 2 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 | 4 | 4 | 25                            | 1  | 1  | 1  | 2  | 3  | 2  | 3  | 2  | 2   | 17  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 2  | 25 | 67  |
| 52  | 3                               | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 3 | 1 | 3 | 16                            | 1  | 1  | 1  | 1  | 3  | 2  | 3  | 1  | 2   | 15  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 4  | 1  | 4  | 28 | 59  |

|     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |    |     |     |     |     |     |     |     |     |     |    |     |     |     |     |     |     |     |     |     |    |    |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|----|----|
| 53  | 3   | 2   | 1   | 2   | 1   | 1   | 1   | 2   | 2   | 15 | 1   | 1   | 1   | 2   | 3   | 2   | 2   | 1   | 1   | 14 | 2   | 2   | 3   | 3   | 2   | 4   | 3   | 1   | 2   | 22 | 51 |
| 54  | 4   | 3   | 1   | 2   | 1   | 1   | 2   | 2   | 2   | 18 | 2   | 2   | 1   | 2   | 3   | 2   | 2   | 1   | 2   | 17 | 2   | 2   | 2   | 2   | 2   | 4   | 3   | 1   | 2   | 20 | 55 |
| 55  | 4   | 2   | 2   | 3   | 1   | 2   | 3   | 4   | 4   | 25 | 1   | 1   | 1   | 2   | 3   | 2   | 3   | 2   | 2   | 17 | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 2   | 2   | 25  | 67 |    |
| 56  | 4   | 2   | 3   | 4   | 2   | 3   | 2   | 3   | 3   | 26 | 2   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 2   | 2   | 24 | 3   | 3   | 3   | 4   | 3   | 4   | 3   | 3   | 29  | 79 |    |
| 57  | 4   | 2   | 2   | 3   | 1   | 2   | 3   | 4   | 4   | 25 | 1   | 1   | 1   | 2   | 3   | 2   | 3   | 2   | 2   | 17 | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 2   | 2   | 25 | 67 |
| 58  | 3   | 3   | 3   | 2   | 2   | 2   | 3   | 3   | 4   | 25 | 2   | 2   | 2   | 2   | 3   | 2   | 2   | 2   | 1   | 18 | 3   | 3   | 2   | 3   | 3   | 4   | 3   | 1   | 2   | 24 | 67 |
| 59  | 4   | 2   | 2   | 3   | 1   | 2   | 3   | 4   | 4   | 25 | 1   | 1   | 1   | 2   | 3   | 2   | 3   | 2   | 2   | 17 | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 2   | 2   | 25 | 67 |
| 60  | 4   | 2   | 3   | 4   | 2   | 3   | 2   | 3   | 3   | 26 | 2   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 2   | 2   | 24 | 3   | 3   | 3   | 4   | 3   | 4   | 3   | 3   | 29  | 79 |    |
| 61  | 4   | 2   | 2   | 3   | 1   | 2   | 3   | 4   | 4   | 25 | 1   | 1   | 1   | 2   | 3   | 2   | 3   | 2   | 2   | 17 | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 2   | 2   | 25 | 67 |
| 62  | 3   | 3   | 3   | 2   | 2   | 2   | 3   | 3   | 4   | 25 | 2   | 2   | 2   | 2   | 3   | 2   | 2   | 2   | 1   | 18 | 3   | 3   | 2   | 3   | 3   | 4   | 3   | 1   | 2   | 24 | 67 |
| 63  | 3   | 1   | 2   | 2   | 1   | 2   | 2   | 2   | 3   | 18 | 1   | 2   | 1   | 2   | 3   | 2   | 3   | 2   | 1   | 17 | 3   | 2   | 2   | 3   | 2   | 4   | 3   | 2   | 3   | 24 | 59 |
| 64  | 3   | 3   | 3   | 2   | 2   | 2   | 3   | 3   | 4   | 25 | 2   | 2   | 2   | 2   | 3   | 2   | 2   | 2   | 1   | 18 | 3   | 3   | 2   | 3   | 3   | 4   | 3   | 1   | 2   | 24 | 67 |
| 65  | 3   | 1   | 2   | 2   | 1   | 2   | 2   | 2   | 3   | 18 | 1   | 2   | 1   | 2   | 3   | 2   | 3   | 2   | 1   | 17 | 3   | 2   | 2   | 3   | 2   | 4   | 3   | 2   | 3   | 24 | 59 |
| 66  | 4   | 3   | 3   | 3   | 2   | 2   | 2   | 2   | 3   | 24 | 2   | 2   | 2   | 2   | 3   | 3   | 3   | 1   | 2   | 20 | 3   | 3   | 2   | 3   | 3   | 4   | 3   | 1   | 2   | 24 | 68 |
| 67  | 4   | 2   | 2   | 3   | 1   | 2   | 3   | 4   | 4   | 25 | 1   | 1   | 1   | 2   | 3   | 2   | 3   | 2   | 2   | 17 | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 2   | 2   | 25 | 67 |
| 68  | 3   | 3   | 3   | 2   | 2   | 2   | 3   | 3   | 4   | 25 | 2   | 2   | 2   | 2   | 3   | 2   | 2   | 2   | 1   | 18 | 3   | 3   | 2   | 3   | 3   | 4   | 3   | 1   | 2   | 24 | 67 |
| 69  | 3   | 1   | 2   | 2   | 1   | 2   | 2   | 2   | 3   | 18 | 1   | 2   | 1   | 2   | 3   | 2   | 3   | 2   | 1   | 17 | 3   | 2   | 2   | 3   | 2   | 4   | 3   | 2   | 3   | 24 | 59 |
| 70  | 4   | 3   | 3   | 3   | 2   | 2   | 2   | 2   | 3   | 24 | 2   | 2   | 2   | 2   | 3   | 3   | 3   | 1   | 2   | 20 | 3   | 3   | 2   | 3   | 3   | 4   | 3   | 1   | 2   | 24 | 68 |
| 71  | 4   | 3   | 3   | 3   | 2   | 2   | 2   | 2   | 3   | 24 | 2   | 2   | 2   | 2   | 3   | 3   | 3   | 1   | 2   | 20 | 3   | 3   | 2   | 3   | 3   | 4   | 3   | 1   | 2   | 24 | 68 |
| 72  | 3   | 1   | 2   | 2   | 1   | 2   | 2   | 2   | 3   | 18 | 1   | 2   | 1   | 2   | 3   | 2   | 3   | 2   | 1   | 17 | 3   | 2   | 2   | 3   | 2   | 4   | 3   | 2   | 3   | 24 | 59 |
| 73  | 4   | 3   | 3   | 3   | 2   | 2   | 2   | 2   | 3   | 24 | 2   | 2   | 2   | 2   | 3   | 3   | 3   | 1   | 2   | 20 | 3   | 3   | 2   | 3   | 3   | 4   | 3   | 1   | 2   | 24 | 68 |
| 74  | 4   | 3   | 3   | 3   | 2   | 2   | 2   | 2   | 3   | 24 | 2   | 2   | 2   | 2   | 3   | 3   | 3   | 1   | 2   | 20 | 3   | 3   | 2   | 3   | 3   | 4   | 3   | 1   | 2   | 24 | 68 |
| 75  | 4   | 3   | 1   | 2   | 1   | 1   | 2   | 2   | 2   | 18 | 2   | 2   | 1   | 2   | 3   | 2   | 2   | 1   | 2   | 17 | 2   | 2   | 2   | 2   | 2   | 4   | 3   | 1   | 2   | 20 | 55 |
| 76  | 4   | 2   | 2   | 3   | 1   | 2   | 3   | 4   | 4   | 25 | 1   | 1   | 1   | 2   | 3   | 2   | 3   | 2   | 2   | 17 | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 2   | 2   | 25 | 67 |
| 77  | 4   | 2   | 3   | 4   | 2   | 3   | 2   | 3   | 3   | 26 | 2   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 2   | 2   | 24 | 3   | 3   | 3   | 4   | 3   | 4   | 3   | 3   | 29  | 79 |    |
| 78  | 4   | 2   | 2   | 3   | 1   | 2   | 3   | 4   | 4   | 25 | 1   | 1   | 1   | 2   | 3   | 2   | 3   | 2   | 2   | 17 | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 2   | 2   | 25 | 67 |
| 79  | 3   | 3   | 3   | 2   | 2   | 2   | 3   | 3   | 4   | 25 | 2   | 2   | 2   | 2   | 3   | 2   | 2   | 2   | 1   | 18 | 3   | 3   | 2   | 3   | 3   | 4   | 3   | 1   | 2   | 24 | 67 |
| 80  | 4   | 2   | 2   | 3   | 1   | 2   | 3   | 4   | 4   | 25 | 1   | 1   | 1   | 2   | 3   | 2   | 3   | 2   | 2   | 17 | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 2   | 2   | 25 | 67 |
| 81  | 4   | 2   | 3   | 4   | 2   | 3   | 2   | 3   | 3   | 26 | 2   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 2   | 2   | 24 | 3   | 3   | 3   | 4   | 3   | 4   | 3   | 3   | 29  | 79 |    |
| 82  | 3   | 3   | 3   | 2   | 2   | 2   | 3   | 3   | 4   | 25 | 2   | 2   | 2   | 2   | 3   | 2   | 2   | 2   | 1   | 18 | 3   | 3   | 2   | 3   | 3   | 4   | 3   | 1   | 2   | 24 | 67 |
| 83  | 3   | 1   | 2   | 2   | 1   | 2   | 2   | 2   | 3   | 18 | 1   | 2   | 1   | 2   | 3   | 2   | 3   | 2   | 1   | 17 | 3   | 2   | 2   | 3   | 2   | 4   | 3   | 2   | 3   | 24 | 59 |
| 84  | 4   | 3   | 3   | 3   | 2   | 2   | 2   | 2   | 3   | 24 | 2   | 2   | 2   | 2   | 3   | 3   | 3   | 1   | 2   | 20 | 3   | 3   | 2   | 3   | 3   | 4   | 3   | 1   | 2   | 24 | 68 |
| 85  | 4   | 3   | 3   | 3   | 2   | 2   | 2   | 2   | 3   | 24 | 2   | 2   | 2   | 2   | 3   | 3   | 3   | 1   | 2   | 20 | 3   | 3   | 2   | 3   | 3   | 4   | 3   | 1   | 2   | 24 | 68 |
| 86  | 3   | 1   | 2   | 2   | 1   | 2   | 2   | 2   | 3   | 18 | 1   | 2   | 1   | 2   | 3   | 2   | 3   | 2   | 1   | 17 | 3   | 2   | 2   | 3   | 2   | 4   | 3   | 2   | 3   | 24 | 59 |
| 87  | 4   | 2   | 2   | 3   | 1   | 2   | 3   | 4   | 4   | 25 | 1   | 1   | 1   | 2   | 3   | 2   | 3   | 2   | 2   | 17 | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 2   | 2   | 25 | 67 |
| 88  | 3   | 3   | 3   | 2   | 2   | 2   | 3   | 3   | 4   | 25 | 2   | 2   | 2   | 2   | 3   | 2   | 2   | 2   | 1   | 18 | 3   | 3   | 2   | 3   | 3   | 4   | 3   | 1   | 2   | 24 | 67 |
| 89  | 4   | 2   | 2   | 3   | 1   | 2   | 3   | 4   | 4   | 25 | 1   | 1   | 1   | 2   | 3   | 2   | 3   | 2   | 2   | 17 | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 2   | 2   | 25 | 67 |
| 90  | 4   | 2   | 3   | 4   | 2   | 3   | 2   | 3   | 3   | 26 | 2   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 2   | 2   | 24 | 3   | 3   | 3   | 4   | 3   | 4   | 3   | 3   | 29  | 79 |    |
| 91  | 4   | 2   | 2   | 3   | 1   | 2   | 3   | 4   | 4   | 25 | 1   | 1   | 1   | 2   | 3   | 2   | 3   | 2   | 2   | 17 | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 2   | 2   | 25 | 67 |
| 92  | 3   | 3   | 3   | 2   | 2   | 2   | 3   | 3   | 4   | 25 | 2   | 2   | 2   | 2   | 3   | 2   | 2   | 2   | 1   | 18 | 3   | 3   | 2   | 3   | 3   | 4   | 3   | 1   | 2   | 24 | 67 |
| 93  | 3   | 1   | 2   | 2   | 1   | 2   | 2   | 2   | 3   | 18 | 1   | 2   | 1   | 2   | 3   | 2   | 3   | 2   | 1   | 17 | 3   | 2   | 2   | 3   | 2   | 4   | 3   | 2   | 3   | 24 | 59 |
| 94  | 3   | 3   | 3   | 2   | 2   | 2   | 3   | 3   | 4   | 25 | 2   | 2   | 2   | 2   | 3   | 2   | 2   | 2   | 1   | 18 | 3   | 3   | 2   | 3   | 3   | 4   | 3   | 1   | 2   | 24 | 67 |
| 95  | 3   | 1   | 2   | 2   | 1   | 2   | 2   | 2   | 3   | 18 | 1   | 2   | 1   | 2   | 3   | 2   | 3   | 2   | 1   | 17 | 3   | 2   | 2   | 3   | 2   | 4   | 3   | 2   | 3   | 24 | 59 |
| 96  | 4   | 2   | 2   | 3   | 1   | 2   | 3   | 4   | 4   | 25 | 1   | 1   | 1   | 2   | 3   | 2   | 3   | 2   | 2   | 17 | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 2   | 2   | 25 | 67 |
| 97  | 4   | 2   | 3   | 4   | 2   | 3   | 2   | 3   | 3   | 26 | 2   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 2   | 2   | 24 | 3   | 3   | 3   | 4   | 3   | 4   | 3   | 3   | 29  | 79 |    |
| 98  | 4   | 2   | 2   | 3   | 1   | 2   | 3   | 4   | 4   | 25 | 1   | 1   | 1   | 2   | 3   | 2   | 3   | 2   | 2   | 17 | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 2   | 2   | 25 | 67 |
| 99  | 3   | 3   | 3   | 2   | 2   | 2   | 3   | 3   | 4   | 25 | 2   | 2   | 2   | 2   | 3   | 2   | 2   | 2   | 1   | 18 | 3   | 3   | 2   | 3   | 3   | 4   | 3   | 1   | 2   | 24 | 67 |
| 100 | 3   | 1   | 2   | 2   | 1   | 2   | 2   | 2   | 3   | 18 | 1   | 2   | 1   | 2   | 3   | 2   | 3   | 2   | 1   | 17 | 3   | 2   | 2   | 3   | 2   | 4   | 3   | 2   | 3   | 24 | 59 |
| 101 | 3   | 3   | 3   | 2   | 2   | 2   | 3   | 3   | 4   | 25 | 2   | 2   | 2   | 2   | 3   | 2   | 2   | 2   | 1   | 18 | 3   | 3   | 2   | 3   | 3   | 4   | 3   | 1   | 2   | 24 | 67 |
| 102 | 3   | 1   | 2   | 2   | 1   | 2   | 2   | 2   | 3   | 18 | 1   | 2   | 1   | 2   | 3   | 2   | 3   | 2   | 1   | 17 | 3   | 2   | 2   | 3   | 2   | 4   | 3   | 2   | 3   | 24 | 59 |
| 103 | 4   | 2   | 2   | 3   | 1   | 2   | 3   | 4   | 4   | 25 | 1   | 1   | 1   | 2   | 3   | 2   | 3   | 2   | 2   | 17 | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 2   | 2   | 25 | 67 |
| 104 | 4   | 2   | 3   | 4   | 2   | 3   | 2   | 3   | 3   | 26 | 2   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 2   | 2   | 24 | 3   | 3   | 3   | 4   | 3   | 4   | 3   | 3   | 29  | 79 |    |
| 105 | 4   | 2   | 2   | 3   | 1   | 2   | 3   | 4   | 4   | 25 | 1   | 1   | 1   | 2   | 3   | 2   | 3   | 2   | 2   | 17 | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 2   | 2   | 25 | 67 |
| 106 | 4   | 2   | 3   | 4   | 2   | 3   | 2   | 3   | 3   | 26 | 2   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 2   | 2   | 24 | 3   | 3   | 3   | 4   | 3   | 4   | 3   | 3   | 29  | 79 |    |
| 107 | 4   | 2   | 2   | 3   | 1   | 2   | 3   | 4   | 4   | 25 | 1   | 1   | 1   | 2   | 3   | 2   | 3   | 2   | 2   | 17 | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 2   | 2   | 25 | 67 |
| 108 | 3   | 3   | 3   | 2   | 2   | 2   | 3   | 3   | 4   | 25 | 2   | 2   | 2   | 2   | 3   | 2   | 2   | 2   | 1   | 18 | 3   | 3   | 2   | 3   | 3   | 4   | 3   | 1   | 2   | 24 | 67 |
| 109 | 3   | 1   | 2   | 2   | 1   | 2   | 2   | 2   | 3   | 18 | 1   | 2   | 1   | 2   | 3   | 2   | 3   | 2   | 1   | 17 | 3   | 2   | 2   | 3   | 2   | 4   | 3   | 2   | 3   | 24 | 59 |
| 110 | 3   | 3   | 3   | 2   | 2   | 2   | 3   | 3   | 4   | 25 | 2   | 2   | 2   | 2   | 3   | 2   | 2   | 2   | 1   | 18 | 3   | 3   | 2   | 3   | 3   | 4   | 3   | 1   | 2   | 24 | 67 |
|     | 405 | 237 | 217 | 307 | 157 | 227 | 268 | 293 | 368 |    | 160 | 186 | 166 | 228 | 336 | 260 | 292 | 193 | 198 |    | 305 | 288 | 290 | 348 | 306 | 414 | 349 | 183 | 266 |    |    |

## Anexo 4. Matriz de datos de confiabilidad

Datos cargados en Microsoft Excel, para hallar el Nivel de Confiabilidad en que se encuentran las muestras obtenidas a través de la encuesta

| ESCALAS |            |         |              |         |
|---------|------------|---------|--------------|---------|
| Nunca   | Casi nunca | A veces | Casi siempre | Siempre |
| 1       | 2          | 3       | 4            | 5       |

**Fórmula**

**Primero Multiplicar:**  
 #Preguntas \* Valor Máximo de Escala  
 $a = 27 * 5 = 135$   
 #Preguntas \* Valor Mínimo de Escala  
 $b = 27 * 1 = 27$   
 $\frac{a - b}{\text{Niveles}} = \frac{135 - 27}{3} = \frac{108}{3} = 36$

|                |           |         |
|----------------|-----------|---------|
| Inaceptable    | 27 (+36)  | --> 63  |
| Poco Aceptable | 64 (+36)  | --> 100 |
| Aceptable      | 101 (+36) | --> 137 |

| NIVELES        |     |   |     |
|----------------|-----|---|-----|
| Inaceptable    | 27  | a | 63  |
| Poco Aceptable | 64  | a | 100 |
| Aceptable      | 101 | a | 137 |

|    |                |
|----|----------------|
| 66 | Poco Aceptable |
|----|----------------|

## Anexo 5. Instrumento

### ESCALA DE OPTIMISMO

**Instrucciones:**

A continuación encontrará una lista de frases. Léelas con detenimiento y marque con una (X) en uno de los casilleros en blanco ubicados al lado derecho, teniendo en cuenta las siguientes opciones de respuestas que exprese mejor su grado de acuerdo con cada frase:

**N:** Nunca      **CN:** Casi nunca      **AV:** A veces      **CS:** Casi siempre      **S:** Siempre

Recuerde, no hay respuestas correctas ni incorrectas, lo importante es que usted responda con la máxima sinceridad posible.

| N° | Proposiciones   | N | CN | AV | CS | S |
|----|---|---|----|----|----|---|
| 1  | ¿Las inspecciones ambientales se realizan de acuerdo a ley de fiscalización y control?                          |   |    |    |    |   |
| 2  | ¿Se está aplicando la vigilancia ciudadana en procesos de contaminación?  |   |    |    |    |   |
| 3  | ¿Se aplican las audiencias públicas abiertas en materia de desarrollo ambiental?                                |   |    |    |    |   |
| 4  | ¿El gobierno local cumple con asignar fondos de presupuestos para el manejo ambiental?                          |   |    |    |    |   |
| 5  | ¿Se promueve financiamiento privado para la gestión ambiental?  |   |    |    |    |   |
| 6  | ¿El diseño de los tributos promueve conductas responsables y de producción sostenible?                          |   |    |    |    |   |
| 7  | ¿La gestión municipal ejecuta prevención y acciones en favor de la protección ambiental de personas y recursos? |   |    |    |    |   |
| 8  | ¿Verifica certificaciones ambientales en la ejecución de proyectos?   |   |    |    |    |   |
| 9  | ¿Ejecuta funciones de seguimiento y control aplicando sanciones administrativas a los infractores?              |   |    |    |    |   |
| 10 | ¿Fomenta acciones de caridad de ONG's?  |   |    |    |    |   |
| 11 | ¿Genera donaciones y actividades no lucrativas en programas de largo plazo?                                     |   |    |    |    |   |
| 12 | ¿Difunde las acciones de caridad a privados como marketing sustentable?   |   |    |    |    |   |
| 13 | ¿Organiza eventos o conferencias que promuevan la responsabilidad social empresarial?                           |   |    |    |    |   |
| 14 | ¿El municipio mantiene buenas relaciones con los medios de comunicación?  |   |    |    |    |   |
| 15 | ¿Difunde buenas prácticas de responsabilidad a través de los medios?  |   |    |    |    |   |
| 16 | ¿Comunican la aplicación de normativa legal que restrinjan malos hábitos?                                       |   |    |    |    |   |
| 17 | ¿Fomenta iniciativas tecnológicas sobre productos no contaminantes?   |   |    |    |    |   |
| 18 | ¿Promueve campañas educativas de responsabilidad social empresarial en colegios institutos y Universidades?     |   |    |    |    |   |
| 19 | ¿Genera actividades de trabajo en equipo y bienestar laboral?   |   |    |    |    |   |
| 20 | ¿Promueve la capacitación y aporte de conocimiento y experiencias?  |   |    |    |    |   |
| 21 | ¿Difunde buenas políticas de seguridad, no discriminación y códigos de conducta?                                |   |    |    |    |   |
| 22 | ¿El municipio cumple con la protección y aportaciones de salud de acuerdo a ley?                                |   |    |    |    |   |
| 23 | ¿Cumplimiento de legislación laboral, cobertura de seguridad en el trabajo o pólizas?                           |   |    |    |    |   |
| 24 | ¿Entrega puntual de remuneraciones y condiciones de trabajo?  |   |    |    |    |   |
| 25 | ¿Retribuyen con Los sueldos y salarios dignos para los trabajadores y sus familias?                             |   |    |    |    |   |
| 26 | ¿Generan recursos para la el municipio?   |   |    |    |    |   |
| 27 | ¿El municipio otorga un pago justo acorde con los productos y servicios a proveedores?                          |   |    |    |    |   |

## Anexo 6. Carta de consentimiento firmado



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

fb/ucv.peru  
@ucv\_peru  
#saliradelante  
ucv.edu.pe

### Escuela de Posgrado

"Año del Buen Servicio al Ciudadano"

Lima, 20 de marzo de 2017

Carta P. 0140- 2017 EPG – UCV LN

Sr.:

**EDUARDO ANTONIO SANCHEZ PALACIOS**

**MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE SAN MARTIN DE PORRES**

**Atención:**

**SUBGERENTE DE LIMPIEZA PÚBLICA**

De mi mayor consideración:

Es grato dirigirme a usted, para presentar a **JESUS LEONIDAS MOYA CAMARENA** identificado con DNI N.º **08668833** y código de matrícula N.º **6000154790**; estudiante del Programa de **Maestría en Gestión Pública** quien se encuentra desarrollando el Trabajo de Investigación (Tesis):

**"Responsabilidad social empresarial de la gerencia de servicios públicos de la  
Municipalidad de San Martín de Porres, 2016"**

En ese sentido, solicito a su digna persona otorgar el permiso y brindar las facilidades a nuestro estudiante, a fin de que pueda desarrollar su trabajo de investigación en la institución que usted representa. Los resultados de la presente investigación serán alcanzados a su despacho, luego de finalizar la misma.

Con este motivo, le saluda atentamente,



**Dr. Carlos Venturo Orbegoso**  
Director de la Escuela de Posgrado  
Universidad César Vallejo - Filial Lima Norte

SCVM

**LIMA NORTE** Av. Alfredo Mendiola 6232, Los Olivos. Tel.:(+511) 202 4342 Fax.:(+511) 202 4343  
**LIMA ESTE** Av. del Parque 640, Urb. Canto Rey, San Juan de Lurigancho Tel.:(+511) 200 9030 Anx.:2510.  
**ATE** Carretera Central Km. 8.2 Tel.: (+511) 200 9030 Anx.: 8184  
**CALLAO** Av. Argentina 1795 Tel.:(+511) 202 4342 Anx.: 2650.



## Anexo 7. Formato de validación del instrumento

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

| Dimensiones                    | Indicadores                  | Ítems   | Escala  | Niveles                                       |
|--------------------------------|------------------------------|---|---|---|
| Fundamentos Éticos             | Protección del ambiente      | 1- ¿Las inspecciones ambientales se realizan de acuerdo a ley de fiscalización y control?<br>2- ¿Se está aplicando la vigilancia ciudadana en procesos de contaminación?<br>3- ¿Se aplican las audiencias públicas abiertas en materia de desarrollo ambiental?                                       | Nunca (1)<br>Casi nunca (2)<br>A veces (3)<br>Casi siempre (4)<br>Siempre (5) | Inaceptable<br>Poco<br>Aceptable<br>Aceptable |
|                                | Financiamiento               | 4- ¿El gobierno local cumple con asignar fondos de presupuestos para el manejo ambiental?<br>5- ¿Se promueve financiamiento privado para la gestión ambiental?<br>6- ¿El diseño de los tributos promueve conductas responsables y de producción sostenible?   |   |   |
|                                | Comunidad local              | 7- ¿La gestión municipal ejecuta prevención y acciones en favor de la protección ambiental de personas y recursos?<br>8- ¿Verifica certificaciones ambientales en la ejecución de proyectos?<br>9- ¿Ejecuta funciones de seguimiento y control aplicando sanciones administrativas a los infractores? |   |   |
| Marketing Social               | Filantropía                  | 10- ¿El municipio fomenta acciones de caridad de ONG's?<br>11- ¿Genera donaciones y actividades no lucrativas en programas de largo plazo?<br>12- ¿Difunde las acciones de caridad a privados como marketing sustentable?   |   |   |
|                                | Relaciones públicas          | 13- ¿Organiza eventos o conferencias que promuevan la responsabilidad social empresarial?<br>14- ¿El municipio mantiene buenas relaciones con los medios de comunicación?<br>15- ¿Difunde buenas prácticas de responsabilidad a través de los medios?   |   |   |
|                                | Estrategias                  | 16- ¿Comunican la aplicación de normativa legal que restrinjan malos hábitos?<br>17- ¿Fomenta iniciativas tecnológicas sobre productos no contaminantes?<br>18- ¿Promueve campañas educativas de responsabilidad social empresarial en colegios institutos y Universidades?                           |   |   |
| Responsabilidad Social Interna | Responsabilidades éticas     | 19- ¿Genera actividades de trabajo en equipo y bienestar laboral?<br>20- ¿Promueve la capacitación y aporte de conocimiento y experiencias?<br>21- ¿Difunde buenas políticas de seguridad, no discriminación y códigos de conducta?   |   |   |
|                                | Responsabilidades legales    | 22- ¿El municipio cumple con la protección y aportaciones de salud de acuerdo a ley?<br>23- ¿Cumplimiento de legislación laboral, cobertura de seguridad en el trabajo o pólizas?<br>24- ¿Entrega puntual de remuneraciones y condiciones de trabajo?   |   |   |
|                                | Responsabilidades económicas | 25- ¿Retribuyen con Los sueldos y salarios dignos para los trabajadores y sus familias?<br>26- ¿Generan recursos para el municipio?<br>27- ¿El municipio otorga un pago justo acorde con los productos y servicios a proveedores?   |   |   |

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL**

| N°   | DIMENSIONES / ítems   | Pertinencia <sup>1</sup> |    | Relevancia <sup>2</sup> |    | Claridad <sup>3</sup> |    | Sugerencias |
|--|---|--------------------------|----|-------------------------|----|-----------------------|----|-------------|
|  |   | Si                       | No | Si                      | No | Si                    | No |             |
| <b>Dimensión: Fundamentos Éticos</b>             |   |                          |    |                         |    |                       |    |             |
| 1  | ¿Las inspecciones ambientales se realizan de acuerdo a ley de fiscalización y control?                          | ✓                        |    | ✓                       |    | ✓                     |    |             |
| 2  | ¿Se está aplicando la vigilancia ciudadana en procesos de contaminación?  | ✓                        |    | ✓                       |    | ✓                     |    |             |
| 3  | ¿Se aplican las audiencias públicas abiertas en materia de desarrollo ambiental?                                | ✓                        |    | ✓                       |    | ✓                     |    |             |
| 4  | ¿El gobierno local cumple con proveer de fondos de presupuestos para el manejo ambiental?                       | ✓                        |    | ✓                       |    | ✓                     |    |             |
| 5  | ¿Se promueve financiamiento privado para la gestión ambiental?  | ✓                        |    | ✓                       |    | ✓                     |    |             |
| 6  | ¿El diseño de los tributos promueve conductas responsables y de producción sostenible?                          | ✓                        |    | ✓                       |    | ✓                     |    |             |
| 7  | ¿La gestión municipal ejecuta prevención y acciones en favor de la protección ambiental de personas y recursos? | ✓                        |    | ✓                       |    | ✓                     |    |             |
| 8  | ¿Verifica certificaciones ambientales en la ejecución de proyectos?   | ✓                        |    | ✓                       |    | ✓                     |    |             |
| 9  | ¿Ejecuta funciones de seguimiento y control aplicando sanciones administrativas a los infractores?              | ✓                        |    | ✓                       |    | ✓                     |    |             |
| <b>Dimensión : Marketing Social</b>              |   |                          |    |                         |    |                       |    |             |
| 10   | ¿El municipio fomenta acciones de caridad de ONG's?   | ✓                        |    | ✓                       |    | ✓                     |    |             |
| 11   | ¿Genera donaciones y actividades no lucrativas en programas de largo plazo?                                     | ✓                        |    | ✓                       |    | ✓                     |    |             |
| 12   | ¿Difunde las acciones de caridad a privados como marketing sustentable?   | ✓                        |    | ✓                       |    | ✓                     |    |             |
| 13   | ¿Organiza eventos o conferencias que promuevan la responsabilidad social empresarial?                           | ✓                        |    | ✓                       |    | ✓                     |    |             |
| 14   | ¿El municipio mantiene buenas relaciones con los medios de comunicación?  | ✓                        |    | ✓                       |    | ✓                     |    |             |
| 15   | ¿Difunde buenas prácticas de responsabilidad a través de los medios?  | ✓                        |    | ✓                       |    | ✓                     |    |             |
| 16   | ¿Comunican la aplicación de normativa legal que restrinjan malos hábitos?                                       | ✓                        |    | ✓                       |    | ✓                     |    |             |
| 17   | ¿Fomenta iniciativas tecnológicas sobre productos no contaminantes?   | ✓                        |    | ✓                       |    | ✓                     |    |             |
| 18   | ¿Promueve campañas educativas de responsabilidad social empresarial en colegios institutos y Universidades?     | ✓                        |    | ✓                       |    | ✓                     |    |             |
| <b>Dimensión: Responsabilidad Social Interna</b> |   |                          |    |                         |    |                       |    |             |
|  |   | Si                       | No | Si                      | No | Si                    | No |             |

|    |  |   |  |   |  |   |  |
|----|--|---|--|---|--|---|--|
| 19 | ¿Genera actividades de trabajo en equipo y bienestar laboral?                          | ✓ |  | ✓ |  | ✓ |  |
| 20 | ¿Promueve la capacitación y aporte de conocimiento y experiencias?                     | ✓ |  | ✓ |  | ✓ |  |
| 21 | ¿Difunde buenas políticas de seguridad, no discriminación y códigos de conducta?       | ✓ |  | ✓ |  | ✓ |  |
| 22 | ¿El municipio cumple con la protección y aportaciones de salud de acuerdo a ley?       | ✓ |  | ✓ |  | ✓ |  |
| 23 | ¿Cumplimiento de legislación laboral, cobertura de seguridad en el trabajo o pólizas?  | ✓ |  | ✓ |  | ✓ |  |
| 24 | ¿Entrega puntual de remuneraciones y condiciones de trabajo?                           | ✓ |  | ✓ |  | ✓ |  |
| 25 | ¿Retribuyen con Los sueldos y salarios dignos para los trabajadores y sus familias?    | ✓ |  | ✓ |  | ✓ |  |
| 26 | ¿Generan recursos para el municipio?   | ✓ |  | ✓ |  | ✓ |  |
| 27 | ¿El municipio otorga un pago justo acorde con los productos y servicios a proveedores? | ✓ |  | ✓ |  | ✓ |  |

Observaciones (precisar si hay suficiencia en la cantidad de ítem): Tiene suficiencia es aplicable

Opinión de aplicabilidad:    Aplicable []    Aplicable después de corregir [ ]    No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: Menacho Rivera Alejandro    DNI: 32403439

Especialidad del validador: Metodólogo - Temático

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

03 de 12 del 2016

Firma del Jefe de Oficina:

D. ALEJANDRO MENACHO RIVERA  
Cod. SUNEDU: A 01536756  
Cos. Reg. UCV N° 3 FL: 347 H° 18  
DNI: 32403439

## **Anexo 8. Artículo científico**

### **1. TÍTULO**

Responsabilidad Social Empresarial de la gerencia de servicios públicos de la Municipalidad de San Martín de Porres, 2017

### **2. AUTOR (A, ES, AS)**

Nombre : Jesús Leonidas Moya Camarena  
Correo : jesusmoyac25@gmail.com  
Afilación Institucional : Gerencia de servicios públicos de la Municipalidad de San Martín de Porres.

### **3. RESUMEN**

La presente investigación tuvo como objetivo principal determinar la percepción existente de la Responsabilidad Social Empresarial de la gerencia de servicios públicos de la Municipalidad de San Martín de Porres, 2017.

Esta investigación es de nivel descriptivo, pues describe las propiedades y características de procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis, esta investigación tiene también un enfoque cuantitativo pues brinda datos exactos y medibles. Asimismo, el estudio se enmarcó dentro de la investigación básica, de la misma manera para la ejecución de la investigación se trabajó con una población de 110 personas, a quienes se les aplicó el cuestionario para realizar la Prueba Piloto, el cual consta de 27 preguntas elaborados para la variable Responsabilidad Social Empresarial.

Los resultados obtenidos determinaron la percepción de la Responsabilidad Social Empresarial de la Gerencia de Servicios Públicos de la Municipalidad de San Martín de Porres, porque a través del resultado descriptivo del cuestionario de preguntas se logró apreciar que un 58.18% de los encuestados afirman que Responsabilidad Social Empresarial tiene un nivel de percepción poco aceptable.

#### **4. PALABRAS CLAVE**

Responsabilidad Social Empresarial, fundamentos éticos, marketing social y responsabilidad social interna.

#### **5. ABSTRACT**

This research had as main objective to determine the existing perception of the Corporate Social Responsibility of the Management of Public Service of the City Hall of San Martin de Porres.

This research is descriptive type, because describes the properties, characteristics of groups, processes or any other phenomenon that is subjected to an analysis, this research have also a quantitative approach, because provides accurate and measurable data. This study has also part of basic research. Similarly for the execution of this investigation we work with a population of 110 people, to whom they were provided the questionnaire Pilot Test, which consists of 27 questions elaborated for the variable Corporate Social Responsibility.

The result obtained determined the perception of the Corporate Social Responsibility of the Management of Public Service of the City Hall of San Martin de Porres, because through the descriptive result of the questionnaire, 58.18% of the responders said the "Corporate Social Responsibility has not acceptable level of perception.

#### **6. KEYWORDS**

Corporate Social Responsibility, ethical foundations, social marketing and internal social responsibility.

#### **7. INTRODUCCIÓN**

##### **Antecedentes del problema**

Lapa (2014), destacó que: La RSE son cada vez más importante para la competitividad y desarrollo de las empresas. Las empresas socialmente responsables son más atractivas para los clientes, para los empleados y para los inversores. Además, al combinar ganancias con principios, la RSE crea situaciones siempre ventajosas para la empresa y para la sociedad; también

podemos relevar la RSE que viene ha ser una propuesta comercial al desafío del desarrollo sostenible, y abarcando responsabilidades sociales, ambientales y económicos y no se pueden lograr el éxito a costa de otras de ellas. Y también debemos señalar un comportamiento ético empresarial y esto tiene un compromiso moral con la sociedad, sabemos que toda empresa tiene una expectativa económica; para ello es necesario establecer metas que requieran un esfuerzo empresarial. Las empresas utilizan dicha denominación, pero son poquísimas la que planifican rigurosamente sus actividades; en el Balance Social, o Reporte Social Empresarial nos permite apreciar con precisión los logros y las carencias de una Política Social. Ramos (2013), sostuvo que: con el fin de alcanzar el bienestar común en general, se busca el dialogo entre los actores participantes de un contexto empresarial de sana convivencia entre las partes, el compromiso que se adquiere con los deberes y derechos de los demás en términos de responsabilidad social empresarial; el compromiso de las entidades de salud, la comunidad y el empresariado debe ser enfocado a cumplir con metas establecidas acordes con una realidad deseada por todos estos, dictando iniciativas o actividades concretas; la articulación de esfuerzos del sector público y privado debe manejarse en el marco una política más actual, neoliberal, que conlleve a la eficiencia de manejo de recursos; Los estándares de ética conocidos, deben ser reconocidos como un lenguaje común de alta relevancia para los valores institucionales con fines sociales. Rodríguez y Solano (2014), citaron que: Al realizar una identificación de actores sociales que buscan mejorar las relaciones de la comunidad para elevar la calidad de vida de los mismos; el plan estratégico ataca las áreas económicas, social y de ambiente, identificando sus necesidades; promueve el cuida el medio ambiente con gestión local además de prestar asesoría a pequeños empresarios. Crea conciencia en el empresariado y los emprendedores locales generando empleo y oportunidades de desarrollo. La competitividad en el plano rural se vería potenciada y mejoraría la economía; se encontró falta de conocimiento en la aplicación de las políticas y estrategias sociales por parte de los encargados del proyecto, lo que motivo una baja en los resultados esperados como productores rurales, empresarios y población en general. Es decir, es necesario aplicar la implementación de la RSE dirigidas a fomentar el emprendedorismo o afectara la credibilidad de las acciones; la

comunicación interna y externa del proyecto fueron medidos con buenos resultados, los que perduran a la actualidad para mantener informados a los grupos de interés de manera formal e institucional. Fernández (2016), concluyó que: La responsabilidad social empresarial se convierte en un recurso intangible de diferenciación estratégica que crea valor para las organizaciones; el intangible más resaltante son las personas asociadas a la empresa, que son gestionables como estrategia dinámica de capital humano fuente de valor basado en sus capacidades; La estrategia de recursos humano es poco desarrollada por el gobierno, es decir no se ve como una herramienta de desarrollo humano y social sino en función de potenciación de la mano de obra que de rentabilidad; los resultados organizativos no deben ser sacrificados para los logros de objetivos estratégicos sino más bien mancomunados con esfuerzos de realización profesional del capital humano con que se cuenta y su adecuada gestión; Los resultados organizativos son valiosos en la medida que sirvan a la comunidad.

### **Fundamentación científica, técnica o humanística**

#### **Variable Responsabilidad Social Empresarial**

Cervantes (2014), afirmó que: cuando los intereses de quienes tienen y quienes quieren tener más se vuelven irreconciliables de las necesidades de quienes poseen menos o nada, como consecuencia de la actitud predatoria del poseedor, la situación se torna precaria e imposibilita la paz social. Pero por imperio de la razón, llega un momento en el que por amor o por temor los proveedores deciden compartir, actuar con equidad y justicia (p. 9).

#### **Dimensión Fundamentos Éticos**

Navarro (2012), citó que: la ética nos ayuda a tomar decisiones prudentes (o sea, decisiones analizadas, estudiadas y ponderadas) a elegir bien, no solamente en un caso concreto sino en todas nuestras actuaciones y a lo larga de nuestra vida. Veremos que en el ámbito de las organizaciones suele haber una cierta confusión entre acciones particulares y el resto de actuaciones de la empresa en ocasiones cuestionable o claramente viciosas (contaminación, deforestación, explotación laboral, discriminación, etc.) (p. 48).

### **Dimensión Marketing Social**

Navarro (2012), citó que: el marketing social es una extensión del marketing (y emplea herramientas propias: publicidad, campañas de relaciones públicas, estudios y sondeos de opinión, etc.) pero excede el ámbito puramente comercial y trata de detectar y satisfacer necesidades de carácter social, humanitario o espiritual (p.242).

### **Dimensión Responsabilidad Social Interna**

Velasco et al (2013), citó que: hay que satisfacer las necesidades de todas las personas que trabajan en la empresa, en formación, promoción, retribución, conciliación entre sus vidas laborales y personales y, en general, mediante la creación de un entorno de trabajo adecuado. Un objetivo del área de personal de una empresa con enfoque RSE es garantizar la igualdad como un punto de partida (p. 97).

### **Justificación**

En consecuencia, a la importancia de la RSE y la relevancia de las políticas y procedimientos que de esta se desprenden para las organizaciones del estado, en sus operaciones diarias es de una profunda necesidad describir la realidad problemática actual que de nuevas luces para la gestión pública.

### **Problema**

El nuestro país, aún falta aprender y concientizar al empresariado de que, más que una filosofía económica de producción, la responsabilidad social se ubica dentro de sus lineamientos éticos, aunque a la larga redundara necesariamente en la generación de valor económico. Si bien las acciones de la responsabilidad social deben mantener una relación básica de coordinación, sus proyectos, sus estrategias son independientes en el desenvolvimiento empresarial. En nuestro plano local, en lo que se refiere a las municipalidades que es el ámbito de este estudio, la gestión ambiental pasa por un lento avance hacia nuevas políticas de desarrollo social y cultural. Se entiende que los objetivos de los planes de desarrollo nacional son adoptados en el plano regional y local, con lineamientos

políticos de calidad y un marco normativo que asegure el bienestar y la sana convivencia, así como la integridad de los recursos naturales

### **Problema**

El problema identificado en la investigación conlleva a identificar la percepción de la responsabilidad social empresarial de la Gerencia de Servicios Públicos de la Municipalidad de San Martín de Porres.

### **Objetivo**

El objetivo de la investigación fue describir el nivel percepción de la responsabilidad social empresarial de la gerencia de servicios públicos de la Municipalidad de San Martín de Porres 2017.

## **8. METODOLOGÍA**

### **Variables**

Variable Responsabilidad Social Empresarial.

### **Tipos de estudio**

Tipo de investigación básica, teórica, fundamental, dogmática o pura, se caracteriza porque está basado en un marco teórico teniendo como finalidad el de incrementar los conocimientos.

### **Diseño**

La investigación es no experimental, se va realizar sin manipular la variable, se basa fundamentalmente en la observación de fenómenos en su contexto natural para analizarlos. Así mismo es de corte transversal, o transeccional recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único.

### **Población, muestra y muestreo**

La población o universo de la presente investigación es de 110 trabajadores administrativos y operativos, de la gerencia servicios públicos de la Municipalidad

de San Martín de Porres, 2017. Así mismo se utilizó la Encuesta como técnica de recolección de datos y el cuestionario como instrumento para llevarlo a cabo.

## 9. RESULTADOS

Para la variable en estudio se da a conocer que el 58.18% de los encuestados afirman que la responsabilidad social empresarial tiene un nivel poco aceptable. Así mismo para la primera dimensión de fundamentos éticos el 66.36% de los encuestados afirman que tiene un nivel aceptable, mientras que se tiene un 62.73% de los encuestados afirman que la dimensión marketing social tiene un nivel inaceptable y finalmente para la dimensión responsabilidad social interna el 68.18% de los encuestados afirman que tiene un nivel poco aceptable.

## 10. DISCUSIÓN

De acuerdo con los resultados obtenidos en el presente trabajo, para los objetivos que han orientado la investigación, se ha podido observar que con respecto al **primer resultado** (tabla 3, figura 1), se ha determinado que el nivel de la percepción que tienen los encuestados (58.18%), la responsabilidad social empresarial es poco aceptable, por lo que se había concluido que dicha variable no ha sido reconocida como una herramienta de gestión para el buen desempeño del gobierno local.

Con respecto al **segundo resultado** (tabla 4, figura 2), se ha observado que existe por parte de las personas encuestadas (66.36% aproximadamente), opinaron que si es aceptable el nivel de percepción de los fundamentos éticos. Estos resultados dan a conocer que dicha dimensión está bien identificada como una de las etapas de la responsabilidad social empresarial.

En cuanto al **tercer resultado** (tabla 5, figura 3), se ha observado que existe por parte de las personas encuestadas, un nivel de percepción del marketing social inaceptable (un promedio de 62.73%). Lo cual indicó que la dimensión de implementación no ha sido reconocida como una de las etapas de la responsabilidad social empresarial

Acerca del **cuarto resultado** (tabla 6, figura 4), se ha observado que existe por parte de las personas encuestadas (68.18% aproximadamente) el nivel de percepción de la responsabilidad social interna es poco aceptable. Es decir, los encuestados perciben que la dimensión responsabilidad social interna no se está aplicando en la organización.

## 11. CONCLUSIONES

Primera: Se concluye que la variable: Responsabilidad Social Empresarial de la gerencia de servicios públicos de la Municipalidad de San Martín de Porres presenta un nivel de tendencia poco aceptable, según el resultado de los encuestados, donde el 58.18% considera que esta presenta un nivel poco aceptable y el 28.18% considera que es un nivel inaceptable y el 13.64% considera que es de un nivel aceptable.

Segunda: Se concluye que la dimensión fundamentos éticos, arroja que el 66.36% considera que este presenta un nivel aceptable y el 28.18% considera que es un nivel inaceptable y el 5.45% considera que es de un nivel poco aceptable.

Tercera: Se concluye que la de la dimensión marketing social, arroja que el 62.73% considera que este presenta un nivel inaceptable y el 18.18% considera que es un nivel poco aceptable y el 19.09% considera que es aceptable.

Cuarta: Se concluye que la dimensión responsabilidad social interna, arroja que el 68.18% considera que este presenta un nivel poco aceptable y el 20.00% considera que es un nivel aceptable y el 11.82% considera que es de un nivel inaceptable.

## 12. REFERENCIAS

Andía, W. (2013). *Responsabilidad Social Empresarial Manual de Gestión Ambiental*. (3ª ed.). Lima Perú: Ediciones Arte y Pluma.

- Del Castillo, M. (2015). *Análisis de la efectividad de la Mesa de Diálogo de Responsabilidad Social como promotora del desarrollo de la Provincia de Talara, Piura, Perú Periodo 2012 – 2013*. (Tesis de maestría). Universidad Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima, Perú.
- Elías, T. y Vila, S. (2014). *Análisis de la responsabilidad social universitaria de la Pontificia Universidad Católica del Perú en el proyecto construcción de viviendas seguras y saludables, para las familias afectadas por el sismo en el centro poblado la Garita – Chincha*. (Tesis de maestría). Universidad Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima, Perú.
- Escobar, E. (2015). *La responsabilidad social empresarial como Medio de rentabilidad y competitividad*. (Tesis de maestría). Universidad Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima, Perú.
- Fernández, M. (2016). *Responsabilidad social corporativa estratégica de los recursos humanos basada en alto compromiso y resultados organizativos: un modelo integrado*. (Tesis doctoral). Universidad Complutense de Madrid. España.
- Hernández, R. Fernández C. y Baptista M. (2010). *Metodología de la investigación* (5ª ed.). México D. F. McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Henoa, J. (2013). *La Responsabilidad Social Empresarial como Estrategia de Gestión en la Organización Pranha S.A.* (Tesis doctoral). Universidad Nacional de Colombia. Bogotá, Colombia.
- Lapa, L. (2014). *La Responsabilidad Social Empresarial frente a la colectividad laboral en el Perú*. (Tesis doctoral). Universidad San Martín de Porres. Lima, Perú.
- Maraví, A. (2014). *Responsabilidad Social Empresarial* (1ª ed.). Lima, Perú: Fondo Editorial de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega.

- Marquina, P. (2013) *Responsabilidad social: Tarea Pendiente* (1ª ed.). Lima Perú: Fondo Editorial de Centrum Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Navarro, F. (2012). *Responsabilidad social Corporativa: Teoría y Práctica*. (2ª ed.). Madrid España: Editorial ESIC Business & Marketing School
- Pérez, H. (2015). *Perspectiva de las Empresas Metalmeccánicas Productoras de Autopartes del Estado Aragua, en Cuanto al Cumplimiento de la Responsabilidad Social con la Comunidad Considerando la Relación Costo Beneficio*. (Tesis doctoral). Universidad de Carabobo. Venezuela.
- Ramos, K. (2013). *La responsabilidad social empresarial de las entidades del sector salud: descripción y análisis crítico de la RSE en los códigos de buen gobierno, ética y conducta de las principales entidades promotoras de salud colombianas*. (Tesis de maestría). Universidad Nacional de Colombia. Bogotá, Colombia.
- Rodríguez, N. y Solano, R. (2014). *Propuesta de Política y Programa de Responsabilidad Social Empresarial para la Unión Cantonal de Abangares*. (Tesis de maestría). Universidad Estatal de Costa Rica. San José, Costa Rica.
- Velasco et al (2013). *Guía de buenas prácticas en responsabilidad social de género*. (1ª ed.). Madrid España: Ediciones Pirámide.
- Zecenarro, Z. (2015). *Responsabilidad Social de la Empresa en la emisión y gestión de residuos sólidos generados en actividades publicitarias*. (Tesis de maestría). Universidad Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima, Perú.