



UNIVERSIDAD NACIONAL
“JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN”

VICERRECTORADO ACADÉMICO

FACULTAD DE INGENIERÍA QUÍMICA Y METALÚRGICA

ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA QUÍMICA

SÍLABO PORCOMPETENCIAS

MODALIDAD PRESENCIAL

ASIGNATURA: RESPONSABILIDAD SOCIAL Y AMBIENTAL

DOCENTE: Dra. Jaqueline Victoria Aroni Mejía

SEMESTRE 2026 – II

I. DATOS GENERALES

Línea de Carrera	Formación General
Semestre Académico	2026 – II
Código del Curso	3505456
Créditos	4
Horas Semanales	Horas Totales: 5 Teóricas: 3 Prácticas: 2
Ciclo	VIII
Sección	A
Correo Institucional	jaroni@unjfsc.edu.pe
N° De Celular	959698640

II. SUMILLA

La asignatura pertenece al área curricular de formación profesional, es de naturaleza teórica y práctica tiene por propósito que los estudiantes asuman responsabilidad frente a la contaminación y calentamiento global, así como la conservación de los recursos naturales, distinguiendo aspectos económico- legales y ético – filantrópicos, en el cumplimiento del rol social de una empresa.

Organiza sus conocimientos en las siguientes unidades de aprendizaje: I. Responsabilidad Social Empresarial. II. Administración por Valores. III. Marketing Ecológico y Ambiental. IV Gestores y la Responsabilidad Social Empresarial.

III. COMPETENCIA

Desarrolla y profundiza una cultura de conservación y preservación del medio ambiente y uso racional de los recursos de la biodiversidad, asumiendo compromiso y responsabilidad en la producción de bienes y servicios.

IV. CAPACIDADES AL FINALIZAR EL CURSO

	CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA	NOMBRE DE LA UNIDAD DIDÁCTICA	SEMANAS
UNIDAD I	Frente a la problemática ambiental actual generada por las empresas reconoce los principales enfoques e instrumentos de evaluación y medición de la responsabilidad social empresarial, considerando su importancia en la conservación y preservación del medio ambiente.	Responsabilidad social empresarial	1-4
UNIDAD II	Ante a la necesidad actual de implementar sistemas de gestión certificados aplica principios y herramientas de valoración ambiental, teniendo en cuenta el concepto de sostenibilidad en el desarrollo empresarial.	Administración por valores	5-8
UNIDAD III	Frente a la necesidad de las empresas contribuir con el desarrollo sostenible aplica conceptos y estrategias de marketing ecológico y ambiental para el uso racional de los recursos de la biodiversidad, asumiendo compromiso y responsabilidad en la producción de bienes y servicios, teniendo en cuenta que se deben generar beneficios para la empresa.	Marketing ecológico y ambiental	9-12
UNIDAD IV	Ante el impacto de la empresa en su entorno económico, social y ambiental evalúa las prácticas de responsabilidad social empresarial de los gestores de negocios considerando la gobernabilidad y desarrollo sostenible.	Gestores y la responsabilidad social empresarial	13-16

V. INDICADORES DE CAPACIDADES AL FINALIZAR EL CURSO

N°	INDICADORES DE CAPACIDAD AL FINALIZAR EL CURSO
1	Analiza el concepto y objetivo de responsabilidad social empresarial, considerando el impacto que genera en la empresa y medioambiente.
2	Fundamenta la responsabilidad social empresarial y ambiental, tomando como base los principios del pacto mundial de naciones unidas.
3	Argumenta la importancia de la responsabilidad social, teniendo en cuenta la problemática ambiental actual.
4	Recomienda y justifica la implementación de la estrategia ambiental corporativa, así como el uso de instrumentos y normas internacionales para evaluar y medir la RSE, teniendo en cuenta la sostenibilidad ambiental.
5	Argumenta la relación de la responsabilidad social y las normas ISO 14000, teniendo en cuenta la importancia de los sistemas de gestión certificados.
6	Analiza los principios e indicadores de las memorias de sostenibilidad, basándose en la seguridad y salud ocupacional requerida por todas las empresas.
7	Argumenta la relación de la responsabilidad social y las normas 45001, teniendo en cuenta la importancia de los sistemas de gestión certificados.
8	Distingue el área de responsabilidad social de una empresa y analiza el MOF, teniendo en cuenta las normas internacionales de responsabilidad social y biodiversidad.
9	Justifica la implementación de marketing ecológico y ambiental en las empresas, teniendo en cuenta la sustentabilidad de las empresas.
10	Argumenta la importancia de la responsabilidad social en el marketing mix, teniendo en cuenta la sustentabilidad de las empresas.
11	Argumenta la importancia de implementar el merchandising en el punto de venta, teniendo en cuenta la sustentabilidad de las empresas.
12	Analiza los esquemas generales de sostenibilidad, modalidades de responsabilidad social en los distintos tipos de organizaciones, teniendo en cuenta la sustentabilidad de las empresas.
13	Explica el rol de un gestor en la responsabilidad social de una empresa, teniendo en cuenta las normas internacionales de gestión de calidad y ambiental.
14	Justifica los beneficios de la implementación de la responsabilidad social en las empresas, basándose en la sustentabilidad de la misma.
15	Evalúa los grupos que conforman los stakeholder, tomando como base el medio ambiente y ciclo de vida de los productos.
16	Evalúa los proveedores y su relación con la responsabilidad social empresarial, tomando como base la sustentabilidad de las empresas.

VI. DESARROLLO DE LAS UNIDADES DIDÁCTICAS:

UNIDAD DIDÁCTICA I: F RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA I: Frente a la problemática ambiental actual generada por las empresas reconoce los principales enfoques e instrumentos de evaluación y medición de la responsabilidad social empresarial, considerando su importancia en la conservación y preservación del medio ambiente.					
	SEMANA	CONTENIDOS			ESTRATEGIA DIDACTICA	INDICADORES DE LOGRO DE LA CAPACIDAD
		CONCEPTUAL	PROCEDIMENTAL	ACTITUDINAL		
	1	Aspectos generales de la Responsabilidad social empresarial	Reconoce problemas ambientales generados por diferentes tipos de empresa.	Debate sobre los problemas ambientales en general y las acciones que debe implementar la empresa.	Clase magistral dialogada con lluvia de ideas	Analiza el concepto y objetivo de responsabilidad social empresarial, considerando el impacto que genera en la empresa y medioambiente.
	2	RSE y el Pacto Global de las Naciones Unidas	Analiza los 10 principios del Pacto Global y la teoría de la pirámide.	Valora la importancia de los principios del pacto global de las naciones unidas en la responsabilidad social empresarial.		Mapa mental grupal digital
	3	Importancia de la Responsabilidad Social	Investiga 3 empresas que tengan cumplan con la responsabilidad social empresarial.	Valora la importancia de la implementar la responsabilidad social empresarial en las organizaciones.	Clase magistral, análisis de casos discusión grupal	Argumenta la importancia de la responsabilidad social, teniendo en cuenta la problemática ambiental actual.
	4	Estrategia Ambiental Corporativa. Instrumentos y Normas Internacionales para Evaluar y Medir la RSE	Explica la estrategia ambiental corporativa, así como los instrumentos y normas internacionales para evaluar y medir la RSE de una empresa.	Valora la importancia de implementar la estrategia ambiental corporativa en las organizaciones.		Análisis de videos y foros virtuales
		EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA				
		EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS		EVIDENCIA DE PRODUCTO		EVIDENCIA DE DESEMPEÑO
		• Exposición de trabajos: personal y grupal. • Intervenciones orales.		• Trabajos individuales y grupales. • Trabajos parciales y trabajo final.		• Valores / Asistencia y puntualidad. • Desempeño en clases.

UNIDAD DIDÁCTICA II: ADMINISTRACIÓN POR VALORES.	CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA II: Ante a la necesidad actual de implementar sistemas de gestión certificados aplica principios y herramientas de valoración ambiental, teniendo en cuenta el concepto de sostenibilidad en el desarrollo empresarial.					
	SEMANA	CONTENIDOS			ESTRATEGIA DIDACTICA	INDICADORES DE LOGRO DE LA CAPACIDAD
		CONCEPTUAL	PROCEDIMENTAL	ACTITUDINAL		
	5	Normas ISO 14000	Debate sobre la implementación de las normas ISO 14000 en las empresas.	Valora la importancia de implementar las normas ISO 14000 en las empresas.	Clase magistral dialogada con lluvia de ideas Mapa mental grupal digital Clase participativa, análisis comparativo Análisis de videos	Argumenta la relación de la responsabilidad social y las normas ISO 14000, teniendo en cuenta la importancia de los sistemas de gestión certificados.
	6	Memorias de sostenibilidad.	Investiga la memoria de sostenibilidad de 3 empresas.	Establece diferencias entre empresas que cuentas con una memoria de sostenibilidad y empresas que no la tienen.		Analiza los principios e indicadores de las memorias de sostenibilidad, basándose en la seguridad y salud ocupacional requerida por todas las empresas.
	7	Normas 45001	Debate sobre la implementación de las normas 45001 en las empresas. Visita a campo	Valora la importancia de implementar las normas 45001 en las empresas.		Argumenta la relación de la responsabilidad social y las normas 45001, teniendo en cuenta la importancia de los sistemas de gestión certificados.
	8	Responsabilidad Social en las Empresas. MOF	Investiga el área de responsabilidad social y MOF de 3 empresas.	Valora la importancia del MOF en las empresas.		Distingue el área de responsabilidad social de una empresa y analiza el MOF, teniendo en cuenta las normas internacionales de responsabilidad social y biodiversidad.
		EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA				
	EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS		EVIDENCIA DE PRODUCTO		EVIDENCIA DE DESEMPEÑO	
	• Exposición de trabajos: personal y grupal. • Intervenciones orales.		• Trabajos individuales y grupales. • Trabajos parciales y trabajo final.		• Valores / Asistencia y puntualidad. • Desempeño en clases.	

UNIDAD DIDÁCTICA III: MARKETING ECOLÓGICOY AMBIENTAL	CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA III: Frente a la necesidad de las empresas contribuir con el desarrollo sostenible aplica conceptos y estrategias de marketing ecológico y ambiental para el uso racional de los recursos de la biodiversidad, asumiendo compromiso y responsabilidad en la producción de bienes y servicios, teniendo en cuenta que se deben generar beneficios para la empresa.					
	SEMANA	CONTENIDOS			ESTRATEGIAS DIDACTICA	INDICADORES DE LOGRO DE LA CAPACIDAD
		CONCEPTUAL	PROCEDIMENTAL	ACTITUDINAL		
	9	Marketing Ecológico y Ambiental	Estructura y propone alternativas de marketing ecológico.	Evalúa la implementación de estas alternativas de marketing.	Clase magistral dialogada con lluvia de ideas	Justifica la implementación de marketing ecológico y ambiental en las empresas, teniendo en cuenta la sustentabilidad de las empresas.
	10	Marketing Mix y RSE	Esquematiza el marketing mix de una empresa.	Valora la importancia de tener una RSE y la influencia en el marketing mix de la empresa.	Mapa mental grupal digital	Argumenta la importancia de la responsabilidad social en el marketing mix, teniendo en cuenta la sustentabilidad de las empresas.
	11	Merchandising en el Punto de Ventas (PDV)	Estructura y propone alternativas de merchandising en el PDV	Evalúa la implementación de merchandising en el PDV	Debate, análisis de experiencias locales	Argumenta la importancia de implementar el merchandising en el punto de venta, teniendo en cuenta la sustentabilidad de las empresas.
	12	Esquemas generales de sostenibilidad. Modalidades de RSE en las organizaciones	Investiga los esquemas generales de sostenibilidad de 3 empresas. Visita a campo	Valora la importancia de los esquemas de sostenibilidad de las empresas.	Análisis de videos y foros virtuales	Analiza los esquemas generales de sostenibilidad, modalidades de responsabilidad social en los distintos tipos de organizaciones, teniendo en cuenta la sustentabilidad de las empresas.
		EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA				
		EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS		EVIDENCIA DE PRODUCTO		EVIDENCIA DE DESEMPEÑO
		• Exposición de trabajos: personal y grupal. • Intervenciones orales.		• Trabajos individuales y grupales. • Trabajos parciales y trabajo final.		• Valores / Asistencia y puntualidad. • Desempeño en clases.

UNIDAD DIDÁCTICA IV: GESTORES Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.	CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA IV: Ante el impacto de la empresa en su entorno económico, social y ambiental evalúa las prácticas de responsabilidad social empresarial de los gestores de negocios considerando la gobernabilidad y desarrollo sostenible.					
	SEMANA	CONTENIDOS			ESTRATEGIA DIDACTICA	INDICADORES DE LOGRO DE LA CAPACIDAD
		CONCEPTUAL	PROCEDIMENTAL	ACTITUDINAL		
	13	Gestores y la Responsabilidad Social Empresarial	Analiza los procesos de mejora continua de 3 empresas.	Valora la función del gestor en la implementación de la RSE en las organizaciones	Clase magistral dialogada con lluvia de ideas	Explica el rol de un gestor en la responsabilidad social de una empresa, teniendo en cuenta las normas internacionales de gestión de calidad y ambiental.
	14	Valor de la RSE para la Empresa	Debate desde un punto de vista ético las ventajas competitivas, beneficios de la RSE	Establece diferencias entre empresas con RSE y empresas que no cuentan con ella.		Mapa mental grupal digital
	15	Stakeholder	Investiga los stakeholder de una empresa.	Valora la importancia de conocer los stakeholder de una empresa.	Clase participativa	Evalúa los grupos que conforman los stakeholder, tomando como base el medio ambiente y ciclo de vida de los productos.
	16	Proveedores y Responsabilidad social empresarial	Investiga los proveedores de una empresa.	Valora la importancia de conocer los proveedores de una empresa.		Exposición docente, casos prácticos
		EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA				
		EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS		EVIDENCIA DE PRODUCTO		EVIDENCIA DE DESEMPEÑO
		• Exposición de trabajos: personal y grupal. • Intervenciones orales.		• Trabajos individuales y grupales. • Trabajos parciales y trabajo final.		• Valores / Asistencia y puntualidad. • Desempeño en clases.

VII. MATERIALES EDUCATIVOS Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS

Se utilizarán todos los materiales y recursos requeridos de acuerdo a la naturaleza de los temas programados. Básicamente serán:

6.1. MEDIOS ESCRITOS

Estudios de caso / Proyectos integradores

6.2. MEDIOS VISUALES Y ELECTRÓNICOS

Presentaciones dinámicas / Videos educativos / Material audiovisual institucional

6.3. MEDIOS INFORMÁTICOS

Foros de discusión académica

VIII. EVALUACIÓN:

La Evaluación es inherente al proceso de enseñanza aprendizaje y será continua y permanente. Los criterios de evaluación son de conocimiento, de desempeño y de producto.

1. Evidencias de Conocimiento.

La Evaluación será a través de pruebas escritas y orales para el análisis y autoevaluación. En cuanto al primer caso, medir la competencia a nivel interpretativo, argumentativo y propositivo, para ello debemos ver como identifica (describe, ejemplifica, relaciona, reconoce, explica, etc.); y la forma en que argumenta (plantea una afirmación, describe las refutaciones en contra de dicha afirmación, expone sus argumentos contra las refutaciones y llega a conclusiones) y la forma en que propone a través de establecer estrategias, valoraciones, generalizaciones, formulación de hipótesis, respuesta a situaciones, etc.

En cuanto a la autoevaluación permite que el estudiante reconozca sus debilidades y fortalezas para corregir o mejorar.

Las evaluaciones de este nivel serán de respuestas simples y otras con preguntas abiertas para su argumentación.

2. Evidencia de Desempeño.

Esta evidencia pone en acción recursos cognitivos, recursos procedimentales y recursos afectivos; todo ello en una integración que evidencia un saber hacer reflexivo; en tanto, se puede verbalizar lo que se hace, fundamentar teóricamente la práctica y evidenciar un pensamiento estratégico, dado en la observación en torno a cómo se actúa en situaciones impredecibles.

La evaluación de desempeño se evalúa ponderando como el estudiante se hace investigador aplicando los procedimientos y técnicas en el desarrollo de las clases a través de su asistencia y participación asertiva.

3. Evidencia de Producto.

Están implicadas en las finalidades de la competencia, por tanto, no es simplemente la entrega del producto, sino que tiene que ver con el campo de acción y los requerimientos del contexto de aplicación.

La evaluación de producto de evidencia en la entrega oportuna de sus trabajos parciales y el trabajo final.

Además, se tendrá en cuenta la asistencia como componente del desempeño, el 30% de inasistencia inhabilita el derecho a la evaluación.

VARIABLES	PONDERACIONES	UNIDADES DIDÁCTICAS DENOMINADAS MÓDULOS
Evaluación de Conocimiento	30 %	El ciclo académico comprende 4
Evaluación de Producto	35%	
Evaluación de Desempeño	35 %	

Siendo el promedio final (PF), el promedio simple de los promedios ponderados de cada módulo (PM1, PM2, PM3, PM4); calculado de la siguiente manera:

$$PF = \frac{PM1 + PM2 + PM3 + PM4}{4}$$

IX. CRONOGRAMA ACADÉMICO

Evaluation Only. Created with Aspose.PDF. Copyright 2002-2022 Aspose Pty Ltd.



UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRION
VICERRECTORADO ACADÉMICO
OFICINA DE REGISTROS Y ASUNTOS ACADÉMICOS
CRONOGRAMA ACADÉMICO GENERAL 2026-II
MODALIDAD DE ESTUDIOS: PRESENCIAL

LOS PAGOS SE REALIZAN 24 HORAS ANTES			
N°	ACTIVIDADES ADMINISTRATIVAS	CRONOGRAMA	
		DEL	AL
1	Presentación de Expedientes inmersos en trámites de: actualización, cambio de plan y cursos dirigidos.	20/04/2026	17/07/2026
2	Presentación de Expedientes para Convalidación de Asignaturas de Ingresantes inmersos en: Traslado Interno, externo, segunda carrera y traslados extraordinarios	20/04/2026	17/07/2026
3	Inscripción de ingresante al Ciclo de Nivelación	27/04/2026	29/05/2026
4	Desarrollo de clases al Ciclo de Nivelación	01/06/2026	26/06/2026
5	MATRÍCULA REGULAR incluye estudiantes inmersos en: Reactualización, Cambio de Plan, Traslados Internos, Externos, Amnistías Académicas, otros.	13/07/2026	09/08/2026
6	MATRÍCULA INGRESANTES	01/06/2026	09/08/2026
7	Matrícula Extemporánea (recargo del 50%)	10/08/2026	16/08/2026
8	Rectificación de Matrícula (Presencial: Oficina de Registros Académicos)	17/08/2026	28/08/2026
9	Reserva de Matrícula (Art. 81°) (*)	17/08/2026	04/09/2026
10	Reserva de Matrícula Excepcional (Art. 81°) (*)	07/09/2026	02/10/2026
11	Reserva de Matrícula Extraordinaria (Art. 81°) (*)	05/10/2026	30/10/2026
12	Autorización con acto resolutorio de cursos por extinción de alumnos matriculados (menos de 8 estudiantes). Art. 76°	17/08/2026	11/09/2026
ACTIVIDADES DE LA FACULTAD		DEL	AL
13	Programación de cursos del semestre académico en el sistema de INTRANET	01/06/2026	05/06/2026
14	Distribución de Carga Lectiva (Asamblea de docentes)	08/06/2026	19/06/2026
15	Ingreso de Carga Lectiva al sistema (Jefe de Departamento Académico)	22/06/2026	26/06/2026
16	Ingreso y publicación de horarios en el sistema (Director de Escuela)	30/06/2026	10/07/2026
17	Entrega obligatoria bajo responsabilidad su(s) sílabo (sílabos (s) al Director del Departamento Académico	03/08/2026	14/08/2026
18	El docente responsable comenta el sílabo de las asignaturas a su cargo	PRIMER DÍA DE CLASES	
EVALUACIONES DEL SEMESTRE ACADÉMICO		DEL	AL
Módulo I		07/09/2026	11/09/2026
Módulo II - I PARCIAL (Plan por Objetivos)		05/10/2026	09/10/2026
Módulo III		02/11/2026	06/11/2026
Módulo IV - II PARCIAL (Plan por objetivos)		30/11/2026	04/12/2026
Examen Sustitutorio (Plan por Objetivos)		04/12/2026	
INGRESO DE NOTAS AL SISTEMA		DEL	AL
Módulo I		14/09/2026	20/09/2026
Módulo II - I PARCIAL (Plan por objetivos)		12/10/2026	18/10/2026
Módulo III		09/11/2026	15/11/2026
Módulo IV - II PARCIAL (Plan por objetivos)		07/12/2026	06/12/2026
FINALIZAR Y GENERAR ACTA POR EL DOCENTE RESPONSABLE DEL CURSO A CARGO		07/12/2026	13/12/2026
IMPRESIÓN Y FIRMA DE ACTAS POR PARTE DE: ORAA Y DOCENTE DE CURSO		07/12/2026	14/12/2026
Al finalizar cada Módulo y/o Parcial el Director de Escuela Profesional Informa al Decano el incumplimiento de los docentes sobre el ingreso de notas al sistema, en sus dos modalidades			
Inicio y término de clases		17/08/2026	04/12/2026

(*) RCU N° 0815-2018-CU-UNJFSC

X. BIBLIOGRAFÍA**9.1. Fuentes Documentales**

- GRI, (2011). *Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad*. Recuperado de <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Spanish-G3.1-Complete.pdf>.
- Asociación Nacional de Industriales, (2011). *Manual de Balance social*. Recuperado de <https://eco.mdp.edu.ar/cendocu/repositorio/01128.pdf>
- Mozas, A; Puentes, R. (2010). La responsabilidad social corporativa y su paralelismo con las sociedades cooperativas. Disponible en <http://pendientedemigracion.ucm.es/info/revesco/txt/REVESCO%20N%20>

9.2. Fuentes Bibliográficas

- Solano, D. 2009. *Responsabilidad Social: Estrategias Sostenibles para el Desarrollo y la Competitividad*. Perú. Editorial ESAN
- Olcese, A.; Rodríguez, M.; y Alfaro, J. (2008). *Manual de la Empresa Responsable y Sostenible*. México: Editorial McGraw Hill
- Consejo Europeo de Estocolmo (2001). *Libro Verde de RSE*. Suecia
- Reynoso, M. (2006). *Responsabilidad Social Empresarial como ventaja competitiva*. Colombia: Editorial Universidad Técnica Federico Santa María.
- Almagro, J.; Garmendia, A.; De la Torre, I. y Jáuregui, R. (2009). *Responsabilidad Social: Una Reflexión Global sobre la RSE*. México. Editorial Prentice Hall.
- Pelekais, C. y Aguirre, R. (2010). *Hacia una Cultura de Responsabilidad Social*. México: Editorial Prentice Hall.
- Schwalb M. M. (2010). *Experiencias Exitosas de Responsabilidad Social Empresarial*. Perú: Editorial Universidad del Pacifico.

9.3. Fuentes Hemerográficas

- Canessa, G. y García, E. (2005). *El ABC de la responsabilidad social empresarial en el Perú y el mundo*. Lima: Siklos.
- Indecopi (2010). *Guía de Responsabilidad Social- NTP ISO 26000*. Lima: Indecopi.

9.4. Fuentes Electrónicas

- Austermuhle, S. (2012). *Sostenibilidad y eco eficiencia en la empresa moderna*. Lima: UPC.
- https://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/46750/Documento_completo_.pdf?sequence=1

Huacho, agosto de 2026



Dra. Jaqueline Victoria Aroni Mejía
DOCENTE
D.N.U. 323

.....
Dra. Aroni Mejía, Jaqueline Victoria
Código: DNU 323