



Agroindustrial Science

Agroind Sci 6 (2016)

Escuela de Ingeniería
Agroindustrial

Universidad Nacional de Trujillo

Plan de gestión de responsabilidad social a través de la producción y venta de mermelada en el sector VII de El Milagro, Trujillo – Perú

Management plan for social responsibility through and sale of marmalade production in the sector VII of the El Milagro, Trujillo – Peru

Rodríguez Alza, Miguel Ángel*; Castillo Ganoza, Teresa del Pilar; Chávez Bocchio, Piero Renato; Lara Moreno, André; Mattos Bernal, Angie Michelle; Moreno Huiman, Marco Enrique; Navarro Pulido, Eduardo Manuel; Siccha Camacho, Blisia Judit; Vergara Medina, María José

Ingeniería Industrial. Universidad Privada del Norte. Trujillo, Perú.

*Autor para correspondencia: miguel.rodriguez@upn.edu.pe (M. Rodríguez).

Recibido 27 mayo 2016. Aceptado 28 junio 2016.

RESUMEN

Se realizó un trabajo de investigación con el propósito de mejorar la condición de vida de las madres de familia a través de su participación en la elaboración de mermeladas para la venta directa en el Sector VII del Milagro, Trujillo – Perú, con el supuesto que dicha actividad crece junto a una adecuada gestión de responsabilidad social. El estudio tuvo carácter proyectivo y aplicado, donde se dio solución a una necesidad de tipo práctica a las madres de familia, para ello como metodología se dispuso del diagnóstico, diseño y ejecución del plan de acciones para la elaboración de mermelada, utilizándose herramientas como encuestas, registro y/o base de datos, entrevistas y observación. Se identificó las mayores necesidades en base al Censo Poblacional UPN realizado el presente año. Se priorizó y determinó el problema socio-ambiental a resolver en la comunidad. Se analizó el problema por medio de la matriz de interrelación FDOR, y a partir de éste se formuló los objetivos del proyecto. Posteriormente, se elaboró y ejecutó el plan de acciones en base a la programación de actividades y sus respectivos indicadores. Se determinó que con la ejecución del plan de acciones para la elaboración de mermelada en base a la producción de un (1) frasco de mermelada, se genera una ganancia del 81.81% equivalente a 1.80 nuevos soles por frasco producido.

Palabras clave: Responsabilidad Social, Elaboración de mermelada.

ABSTRACT

A research was conducted with the aim of improving the living conditions of mothers through its participation in the preparation of jams for direct sale in Sector VII of the Miracle, Trujillo - Peru, with the assumption that the activity grows with proper management of social responsibility. The study had projective and applied nature, which solution is given to a need for practical kind to mothers, to it as methodology was available diagnosis, design and implementation of the action plan for making jam, using tools such as surveys, registration and / or database, interviews and observation. The greatest needs are identified based on the Population Census UPN made this year. Priority was given and determined the socio-environmental problem to be solved in the community. The problem was analyzed through FDOR matrix interaction, and from this the objectives of the project was formulated. Later, he developed and implemented the plan of action based on the program of activities and their respective indicators. It was determined that with the implementation of the action plan for making jam based on the production of one (1) jar of jam, a gain of 81.81%, equivalent to 1.80 soles per bottle produced is generated.

Keywords: Social Responsibility, Development of jam.

1. Introducción

Responsabilidad Social es el compromiso de identificar los problemas de interés público como: medio ambiente, pobreza, desigualdad de ingresos, atención de salud, hambre,

desnutrición y analfabetismo y, que compete a todo tipo de organizaciones (empresa, estado, universidad), para emprender acciones que generen impactos positivos en la sociedad, con el aporte de soluciones

basadas en la transparencia, pluralidad, sustentabilidad y ética, siendo la meta el desarrollo sustentable del ser humano y su entorno (Viteri, 2007).

La responsabilidad social en las empresas es un tema presente desde inicios del siglo XX, en el caso de Latinoamérica inició a fines del mismo. El vínculo tradicionalmente reconocido como la primera relación entre la empresa y la sociedad es la filantropía, una acción de caridad de la empresa hacia su comunidad. Aunque todavía se nota la fuerte presencia de la filantropía, es sorprendente el interés y la cantidad de iniciativas, seminarios, organizaciones, trabajos universitarios, etc. (Correa *et al.*, 2004).

La Responsabilidad Social en el Perú, ha crecido en la última década entre la comunidad empresarial y las organizaciones no gubernamentales, en el cual está el interés en el conjunto de actividades empresariales socialmente responsables que ha sido puesto en marcha por los líderes empresariales. (Portocarrero y Sanborns, 2003).

En el caso de la Universidad, la Responsabilidad Social es una política de gestión de la calidad ética de la Universidad en la cual se busca alinear, al menos, cuatro procesos (gestión, docencia, investigación, extensión) con la misión universitaria, sus valores y compromiso social, mediante el logro de la congruencia institucional, la transparencia y la participación de toda la comunidad universitaria con los múltiples actores sociales interesados en el buen desempeño universitario y necesitados de él (Revilla, 2009).

Al respecto, Cuesta *et al.* (2010) indica que la responsabilidad de la universidad con la sociedad incluye incorporar la perspectiva social en sus conexiones con las estructuras de ciencia, tecnología, de producción, etc. La interacción universidad-sociedad requiere también de una reflexión sobre los significados y el alcance de esas acciones, ya que los espacios de educación superior se están concibiendo en un entorno que está priorizando, por encima de cualquier otra estrategia, las oportunidades de un proceso orientado a la construcción de sociedades competitivas económicamente. Por ello, el presente artículo describe las actividades y el resultado de un Plan de Gestión de Responsabilidad Socio - Ambiental que la

Universidad Privada del Norte ha elaborado mediante los estudiantes en una de las zonas más pobres de Trujillo como es El Milagro – Sector VII a través del proyecto de elaboración de mermelada con el fin de mejorar las condiciones de vida de las madres de familia por medio de la venta directa de dicho producto.

El Milagro es un asentamiento humano ubicado en el distrito de Huanchaco en la Región La Libertad, forma parte de la zona norte de la ciudad de Trujillo. Esta población se caracteriza por ser una población joven siendo el 62,86% menor a 29 años, uno de los problemas que enfrenta la sociedad es el alto nivel de pobreza en las zonas más alejadas de la ciudad y la falta de interés por parte de las autoridades hacen que las familias moradoras en dicho lugar no progresen. Además, en El Milagro existe un Club de Madres donde se acoge a niños para cuidarlos mientras que sus madres trabajan, son estas señoras las que dedican su tiempo y amor al cuidado de otros niños.

En el Plan se ha realizado actividades a partir de la generación de ideas de negocios que son muy provechosas y más aún cuando se hacen en conjunto en una comunidad. El proyecto de elaboración de mermeladas, da pie a que las madres de familia de este asentamiento humano, se den la oportunidad de tener su propio negocio.

2. Materiales y métodos

La investigación se basa en un Plan de Gestión de Responsabilidad Socio - Ambiental en el Sector VII – El Milagro; este sector pertenece al distrito de Huanchaco, provincia de Trujillo, lugar donde se va a llevar a cabo el proyecto Uniones a través de la elaboración de mermeladas. Al ser un trabajo de investigación de carácter proyectivo - aplicado; para la recolección de datos se procedió al recorrido del campo como técnica primaria y la observación, encuesta y fotografías como técnica secundaria; posteriormente, se realizaron las actividades tanto en gabinete como campo (Milagro), lo que nos permitió procesar la información obtenida para realizar las capacitaciones y actividades referentes a la simulación de una empresa productora de mermelada.

Como instrumento para registrar la información se utilizó la herramienta de Microsoft Word, Excel y MS Project; en Word se realizó la información necesaria para las capacitaciones, base de datos de las madres de familias seleccionadas. Luego, en Excel se elaboraron tablas para el programa de Capacitación y Asistencia a las capacitaciones, asimismo permitió evaluar porcentaje de madres seleccionadas, madres capacitadas y madres beneficiarias. El programa MS Project permitió programar el proyecto Uniones – elaboración de mermelada en relación al tiempo, responsables de actividad y período de ejecución del mismo. Por último, la ejecución del proyecto se realizó en base a fórmulas y experiencia de un Ingeniero Industrial, docente de la Universidad Privada del Norte, que realizó en conjunto con los estudiantes y madres de familia, el taller práctico de la elaboración de mermelada.

3. Resultados y discusión

INEI (2005) resalta el propósito del censo poblacional para fines de investigación, herramienta que permite recoger y compilar datos sobre principales aspectos demográficos y sociales de la población en un momento determinado. Por ello, primero se realizó un censo en el Sector VII del Milagro para poder determinar la mayor necesidad de las familias de dicho sector.

Tabla 1. Matriz de Mayor Necesidad Poblacional

Mayor Necesidad	Nº Familias
Económica	38
Pistas	32
Seguridad	25
Veredas	15
Poca agua de red pública	13
Recojo de basura	12
Servicio de Salud	7
Contaminación	6
Ninguno	5
Títulos de propiedad	4
Parques	3
Ambiente cómodo	3
Posta	3
Trabajo	2
Movilidad	2
Desagüe	2
Alimentación	2
SS.HH	2
Luz	1
Amor	1

Fuente: UPN, 2015.

La Tabla 1 presenta las diversas necesidades diagnosticadas por estudiantes y responsables de UPN en la comunidad del Sector VII – El Milagro, donde se determinó que las familias consideran de mayor necesidad la economía, las pistas y la seguridad.

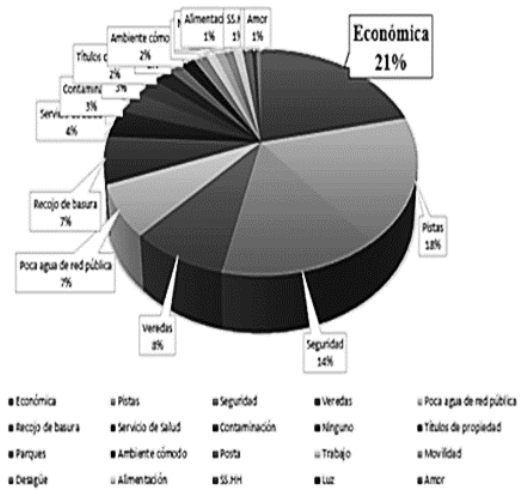


Figura 1. Gráfico de Necesidad Básicas – Sector VII – Milagro.

En la Figura 1 se presenta un gráfico elaborado en base a las necesidades básicas de las familias del Milagro; el cual permitió identificar un problema u oportunidad de mejora respecto a la necesidad económica, esto debido a falta de generación de ingresos a la canasta familiar, así como también falta de oportunidades laborales. Al respecto, Viteri (2007) señala que se deben identificar dichos problemas y emprender acciones que generen impactos positivos en la sociedad. Posteriormente, se realizó una matriz de FDOR para tener una radiografía de la situación del Sector VII, analizarla y plantear los objetivos y estrategias para mejorar la situación actual. Al respecto; Koenes, A. (1995), señala que la aplicación del análisis FODA permite determinar los factores que pueden favorecer u obstaculizar el logro de objetivos del proyecto (Ver Tabla 2a). Del mismo modo, se realizó una matriz de Interrelación FDOR, determinando la relación entre las variables evaluadas para el proyecto (Ver Tabla 2b). Al respecto, Barrón (2005) menciona que es importante la realización de este análisis para poder determinar de forma objetiva los aspectos de tener ventaja para la realización del proyecto.

Tabla 2a. Matriz FDOR

Fortalezas	Debilidades	Oportunidades	Riesgos
El 15% de familias cuentan con servicios básicos	No cuentan con personal de seguridad ciudadana.	Posible urbanización de la zona Sector 7 de El Milagro.	La delincuencia es uno de los mayores factores a los cuales esta propensa la población.
Organización bajo correspondencia de club de madres	Mala calidad de vida de los pobladores	Cuenta con espacios para la generación de proyecto de elaboración de mermelada.	Alta probabilidad de que sucedan accidentes a los pobladores.
Apoyo de la UPN-ONG	Poca accesibilidad económica para la compra de insumos para la elaboración de un producto a base de frutas.	Interés de los pobladores por participar en la elaboración de un producto a base de frutas	El clima impredecible (Épocas de lluvias)
Los pobladores cuentan con asociación de padres de familia	Ausencia de mercados cercanos para la compra de insumos.	Lograr un ingreso económico mediante la venta de un producto.	Son propensos a enfermedades debido a que no cuentan con una buena alimentación

Tabla 2b. Matriz de interrelación

	Fortalezas	Debilidades
Oportunidades	Con la ayuda de la asociación de madres de familia motivan a las personas a lograr sus objetivos de crear un negocio propio.	Con la oportunidad del crecimiento poblacional se podrá disminuir los inconvenientes de la poca accesibilidad a la zona.
Riesgos	Con el apoyo de la Universidad Privada del Norte y alianza con fondos de la ONG y/o entidades públicas se puede reducir el nivel de inseguridad y reducir el bajo nivel de calidad de vida.	Mejorando el nivel de ingreso familiar puede dar una mejor alimentación, salud y seguridad a los miembros y/o vecinos.

En la Figura 2 se muestra un diagrama con los problemas de Responsabilidad Social priorizados que se generan a raíz del problema determinado referente a mala calidad de vida por falta de ingresos económicos.

Después se plantearon los objetivos del proyecto tanto el general como los específicos para el cumplimiento y ejecución del proyecto (Tabla 3).

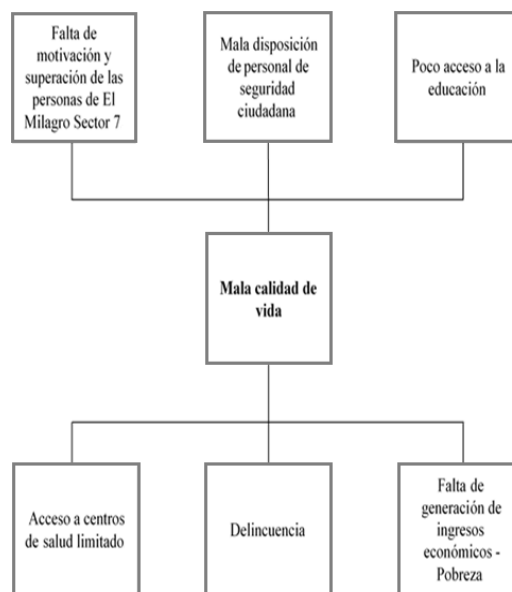


Figura 2. Diagrama de problemas de RSE priorizados.

Al respecto, López (1998) señala que los objetivos dentro de trabajos de desarrollo permiten identificar los factores que afectan positiva y negativamente en la marcha del proyecto y ofrece instrumentos para rediseñar acciones y reorientar el trabajo.

Tabla 3. Matriz de objetivos

OBJ. 1:	Mejorar la condición de vida de las madres de familia a través de su participación en la elaboración de mermeladas para venta directa.
OBJ. ESP. 1:	Seleccionar madres de familia e involucrarlas en la elaboración de mermeladas
OBJ. ESP. 2:	Capacitar a las madres seleccionadas en la elaboración de mermeladas y en los beneficios económicos como aporte a su canasta familiar.
OBJ. ESP. 3:	Procesar mermeladas y disponerlas para la venta.
OBJ. ESP. 4:	Vender la mermelada elaborada en las tiendas y mercados aledaños.

Consecutivamente, se realizó un plan de acciones, el cual nos permitió priorizar las actividades con el fin de cumplir los objetivos y metas propuestos. Al respecto, Sainz (2009) señala que un plan de acción constituye una especie de guía que brinda un marco estructurado al momento de ejecutar el proyecto, facilitando alcanzar los objetivos establecidos. Asimismo, menciona que el control de dicho plan de acción se debe realizar con importancia durante su desarrollo como al finalizar el proyecto, donde el responsable y/o responsables tienen la oportunidad de presentar acciones correctivas si en caso haya dificultades.

Tabla 4. Plan de acciones – Mermelada

OBJETIVO GENERAL: Mejorar la condición de vida de las madres de familia a través de su participación en la elaboración de mermeladas para venta directa.						
	INDICADORES	MATERIALES	ALIANZAS	RESPONSABLE	SUPUESTOS	TIEMPO
OBJT. ESPECIFICO 1: Seleccionar madres de familia e involucrarlas en la elaboración de mermeladas						
RESULTADO 1: 5 madres de familia seleccionada para participar del "Plan Mermeladas"						
ACTIVIDAD A: Selección de madres de familia.	N° de madres participantes	Entrevistas, Encuestas, Notas, Útiles	Club de Madres, ONG, UPN	Equipo Ejecutor	La buena disposición de las madres.	1 día
ACTIVIDAD B: Inscripción de madres beneficiarias.	N° de Beneficiarias	Ficha de Inscripción, Credencial	Comunidad, Estudiantes	UPN - Equipo Ejecutor	La aceptación y compromiso de realizar el proyecto.	1 día
ACTIVIDAD C: Formación de comité organizacional.	N° de integrantes en el comité	Registro	Comunidad, Estudiantes	UPN - Equipo Ejecutor	La voluntad para ser parte de un comité organizacional.	1 día
OBJT. ESPECIFICO 2: Capacitar a las madres seleccionadas en la elaboración de mermeladas y en los beneficios económicos como aporte a su canasta						
RESULTADO 2: 5 madres de familia capacitadas e informadas de los beneficios económicos del "Plan Mermeladas"						
ACTIVIDAD A: Elección de taller de producción.	N° de Talleres disponibles en la zona. Meta: 1 Taller	Mesas, utensilios, ollas, etc.	Club de Madres, ONG, UPN	Equipo Ejecutor	Disponibilidad de lugares y/o espacios.	1 día
ACTIVIDAD B: Acondicionamiento de taller	Un taller acondicionado. Meta: 1 Taller	Mesas, utensilios, ollas, etc.	Club de Madres, ONG, UPN	Equipo Ejecutor	El entusiasmo de las madres por tener un taller de producción de mermelada.	1 día
ACTIVIDAD C: Capacitación del proceso productivo	N° de madres capacitadas	Guía Práctica, Proyector, Lapto, Trípticos	Club de Madres, ONG, UPN	Equipo Ejecutor	Se cuenta con personal capacitado.	1 día
OBJT. ESPECIFICO 3: Procesar mermeladas y disponerlas para la venta						
RESULTADO 3: 20 potes de mermelada procesada por cada una de las 5 madres de familia seleccionadas.						
ACTIVIDAD A: Abastecimiento de insumos y materiales	Cantidad suministrada para la elaboración de mermelada	Ingredientes, insumos, envases.	Club de Madres, ONG, UPN	Equipo Ejecutor	Los materiales e insumos serán financiados por estudiantes u ONG.	1 día
ACTIVIDAD B: Prueba piloto de mermelada	N° de madres participantes del taller	Ingredientes, insumos, envases.	UPN - Estudiantes - Docentes	Equipo Ejecutor	Cuenta con herramientas y materiales necesarios.	1 día
ACTIVIDAD C: Elección nombre de mermelada	Nombre seleccionado	Encuesta, pizarra, plumones, etiquetas	UPN - Estudiantes - Docentes	Equipo Ejecutor	El entusiasmo de las madres de familia.	1 día
ACTIVIDAD D: Envasado de potes de mermelada.	N° de potes de mermelada fabricados por las madres.	Envases, etiquetas	UPN - Estudiantes - Docentes	Equipo Ejecutor	La elaboración de potes de mermelada por cada madre.	1 día
OBJT. ESPECIFICO 4: Vender la mermelada elaborada en las tiendas y mercados aledaños.						
RESULTADO 4: 60 de los 75 potes de mermelada vendidos (80%)						
ACTIVIDAD A: Capacitación en comercialización y marketing	N° de madres capacitadas	Guía Práctica, Proyector, Lapto, Trípticos	Club de Madres, ONG, UPN	Equipo Ejecutor	Madres capacitadas para generar un ingreso económico.	1 día
ACTIVIDAD B: Comercialización de mermelada	N° de potes de mermelada vendidos	Estante, banner	Club de Madres, UPN	Equipo Ejecutor	Tener una gran acogida en el mercado.	1 día

En la Tabla 4, se muestra el plan de acciones elaborado para la ejecución del proyecto Uniones – Elaboración de Mermelada. Así como también, por medio de su control tras su finalización, permitió establecer un balance y confirmar si los objetivos planeados fueron cumplidos.

Posteriormente, se llevó a cabo cada una de las actividades propuestas en el plan de acciones, teniendo como primer resultado el cumplimiento al 100% del primer objetivo referente a selección de madres de familias, para la cual la meta fue 5 madres de familias del Sector VII – El Milagro, con una representatividad del 33.33% de madres seleccionadas por el proyecto (Tabla 5a).

Con respecto, al cumplimiento del segundo objetivo referente a capacitación de madres de familia seleccionadas se cumplió a un

100%, informando sobre el proceso de elaboración de mermelada (Tabla 5b).

Tabla 5a. Selección de madres de familia

Resultado por actividad realizadas	Se logró seleccionar a cinco (5) madres de familia.
Fecha	01-oct
Lugar	Club de Madres: " Jehová es mi Pastor"
Logro	Se logró seleccionar e inscribir a las madres de familia.
Actores Participantes	Equipo ejecutor
Imprevistos	Madres activas y no activas en el Club.
Acciones Correctivas	Trabajar e inscribir madres activas del club de madres
Plan Monitoreo	Coordinación con líderes del Club de Madres

Tabla 5b. Capacitación de madres de familia

Resultado por actividad realizadas	Se logró capacitar e informar al 100% de madres de familia.
Fecha	23-oct
Lugar	Mz LL - Lt 3 - Los Libertadores - Milagro
Logro	Se logró capacitar sobre el proceso productivo de mermelada
Actores Participantes	Equipo ejecutor
Imprevistos	Indisponibilidad horaria de madres de familia
Acciones Correctivas	Proporcionar Guía Práctica del proyecto.
Plan Monitoreo	Coordinación con líderes del Club de Madres y entrega de material de apoyo para ejecución del proyecto.

En relación al cumplimiento del tercer resultado esperado sobre veinte (20) potes de mermelada procesada por cada una de las 5 madres de familias, se cumplió a un 100% las actividades propuestas en el plan de acción. Sin embargo, respecto al resultado se obtuvo el 62% de potes de mermeladas a lo propuesto inicialmente; es decir, se elaboró 62 envases de mermelada (Tabla 5c).

Tabla 5c. Producción de mermelada

Resultado por actividad realizadas	Se cumplió al 100% las actividades y el objetivo, sin embargo, se obtuvo el 62% del resultado esperado.
Fecha	30-nov
Lugar	Mz LL - Lt 3 - Los Libertadores - Milagro
Logro	Se logró realizar el taller práctico de elaboración de mermelada, produciendo un total de 62 potes de mermelada
Actores Participantes	Equipo ejecutor - Ing. Ramiro Mas
Imprevistos	Indisponibilidad de espacio previsto
Acciones Correctivas	Acondicionar nuevo local asignado para la ejecución del taller.
Plan Monitoreo	Guía Práctica para elaboración de mermelada

Finalmente, respecto al logro del último objetivo sobre venta de mermelada, se obtuvo un cumplimiento 50% por venta de lo producido por cada madre de familia (Tabla 5d).

Tabla 5d. Comercialización de mermelada

Resultado por actividad realizadas	Se cumplió al 100% las actividades y el objetivo, sin embargo, se obtuvo el 50% del resultado esperado.
Fecha	30-nov
Lugar	Mz LL - Lt 3 - Los Libertadores - Milagro
Logro	Se logró dar inicio a la comercialización y venta de los potes de mermelada producidos
Actores participantes	Equipo ejecutor
Imprevistos	Falta de experiencia
Acciones Correctivas	Apoyar en relación de costo y precio de venta para que tengan conocimiento.
Plan Monitoreo	Guía práctica para comercialización de mermelada

4. Conclusiones

Mediante la selección de las madres de familia y la motivación que tuvieron ellas, se pudo lograr la participación del 100% de madres seleccionadas.

Con la colaboración de todas las madres seleccionadas se pudo formar el taller de capacitación de club de madres para la elaboración de mermelada.

A través de las capacitaciones se logró la participación del 100% de las madres registradas y capacitadas en el día de la elaboración de la mermelada, logrando con esto la exitosamente fabricación de 62 frascos de mermelada, con un costo de producción de S/. 2.20.

Se obtuvo una ganancia por pote de mermelada producido y vendido de S/. 1.80; es decir, se ganó un 81.82% sobre el costo de producción.

Referencias

- Barrón, M. 2005. Inequidad socio-cultural: riesgo y resiliencia. Córdoba: Brujas. 1212 pp.
- López, R.B.; Barrig, P.M. 1998. Lineamientos metodológicos para la incorporación del enfoque de género en la evaluación de proyectos (No. IICA-E50 828). IICA, San José (Costa Rica). PREVAL FIDA, Washington, DC, EUA.
- Correa, M.E.; Flynn, S.; Amit, A. 2004. Responsabilidad social corporativa en América Latina: una visión empresarial. United Nations Publications. Vol. 85. 336 pp.
- Cuesta, M.; Cruz, C.; Rodríguez, J. 2010. Responsabilidad Social Universitaria. 268 pp.
- INEI - Instituto Nacional de Estadística e Informática. 2005. Censo. En Perú. Disponible en <https://www.inei.gob.pe/estadisticas/censos/>

- Koenes, A. 1995. El diagnóstico de la empresa. España: Ediciones Díaz de Santos S.A.
- Portocarrero, F.; Sanborns, C. 2003. De la caridad a la solidaridad: Filantropía y voluntariado en el Perú. Universidad del Pacífico, 536 pp.
- Revilla, J. 2009. Responsabilidad Social del Sistema Universitario Andaluz. Edit. Foro de los Consejos Sociales de las Universidades Públicas de Andalucía. 103 pp.
- Sainz, J. 2009. El Plan Estratégico en la práctica. Madrid: ESIC Editorial. 392 pp.
- Viteri, J. 2007. La Universidad y la Responsabilidad Social Empresarial. Revista Campos N° 46.

Agroind Sci
Agroind Sci
AGROINDUSTRIAL

