

CAPÍTULO V

DISEÑO DE LA PROPUESTA

Balance Social de los Locales Comercios de Alimento tradicional del Bulevar de Catia-Caracas como estrategia motivacional a la implementación de acciones de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) que favorezcan el Clima Organizacional del personal de servicio.

Siguiendo la línea de investigación para dar comienzo a este último capítulo donde es presentada por etapas la propuesta como posible solución a la situación que se está presentando en el campo de estudio en la población observada, citamos las siguientes autores:

Según la Asociación Civil Desarrollo Integral del Economista ACIDIDE (2013) expresa que la Gestión de Proyectos o Gerencia de Proyectos es la aplicación de conocimientos, habilidades, herramientas y técnicas de gestión con el fin de cumplir con las expectativas de una propuesta, buscando el incremento de un beneficio de personas u organizaciones dentro de un mundo cambiante.

Edmundo Pimentel (2008) cita lo señalado por el Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social (ILPES) en su Guía para la Presentación de Proyectos Es el plan prospectivo de una unidad de acción capaz de materializar algún aspecto del desarrollo económico o social. Esto implica desde el punto de vista económico, proponer la producción de algún bien o la

prestación de algún servicio, con el empleo de ciertas técnicas y con miras a obtener un determinado resultado o ventaja económica o social.

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo (2001) Es un conjunto de planes detallados que tienen por objetivo aumentar la productividad de la empresa para incrementar las utilidades o la prestación de servicios, mediante el uso óptimo de los fondos en un plazo razonable.

1. Factibilidad de la propuesta:

1.2 Evaluación Técnica:

Según la Asociación Civil Desarrollo Integral del Economista ACIDIDE (2013) conceptualiza explicando que la dimensión técnica se refiere a los aspectos relacionados con la tecnología de manufactura de producción o un bien, o planeación de un servicio, pasando por su diseño y puesta en funcionamiento. Toma en cuenta la selección y empleo de los recursos e insumos en la cantidad y calidad suficiente como para garantizar un producto, bien o servicio final de la más alta calidad posible.

Ante la idea antes presentada y en relación a la necesidad detectada, se desea realizar un *Balance Social de los Locales Comercios de Alimento tradicional del Bulevar de Catia-Caracas como estrategia motivacional a la implementación de acciones de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) que favorezcan el Clima Organizacional del personal de servicio*. Es por esto, que dentro de los aspectos principales en esta formulación técnica se encuentran:

- Localización: El Boulevard de Catia, está ubicado al oeste del Distrito Capital, específicamente en el casco central del Sector Nueva Caracas de Catia, Parroquia Sucre. Sus límites son: al norte Avenida Sucre con límite a la altura de la Autopista Caracas-La Guaira; al sur Avenida Principal de la Silsa; al este Calle Colombia y al oeste Calle Argentina.

Previo a esta distribución actual, el espacio era para abril de 1929, la Urbanización Nueva Caracas aparece perfectamente delimitada: al norte la Avenida Sucre, el tranvía de Caracas y la Carretera Vieja de La Guaira, al sur-oeste la Calle Bolívar constaba de 58 manzanas, 12 calles con nombres de países latinoamericanos y 7 avenidas con una gran plaza hacia la parte central con la denominación de Plaza Cataluña llamada también la Plaza de Las Orquídeas. Era también el lugar de conversación y paseo de sus moradores que constituye la actual Plaza Pérez Bonalde.

En 1935 se coloca la estatua de Antonio José de Sucre, la plaza es llamada por la gobernación Plaza Catia, conocida hoy como la Plaza Sucre.

- Capacidad Instalada: para saber con qué se cuenta se debe saber que en la década de los 80, se procedió a un estudio acerca de la posibilidad de crear un boulevard a lo largo de la Av. España, debido a que ésta siempre fue muy concurrida por las comunidades adyacentes y era propicio por la falta de espacios para la recreación y el esparcimiento de los catienses, alejándolos así del ruidoso tráfico vehicular que lo impedía.

Se fundó a partir de 1982, en el espacio que era antiguamente la Avenida España de Catia. Antiguamente el Sector estaba formado por aceras y una vía vehicular que constituía la Avenida España, pero al decretarse en el año 1982 la construcción del Boulevard de Catia, el terreno varió, cambiando así el ambiente y la ecología del Sector.

El día 2 de enero de 1983, bajo el gobierno del Dr. Luis Herrera Campins, se inauguró el Metro de Caracas, con 1258 metros de longitud, se trata de un desarrollo peatonal que abarca desde la Plaza Sucre al norte, hasta la 6ta. Avenida al sur, desde donde se continuará hasta Avenida Atlántico. Corre a lo largo de la avenida

España, bajo la cual el metro construyó túneles gemelos y dos estaciones –Plaza Sucre y Pérez Bonalde cuyas instalaciones están ahora cubiertas por el Boulevard.

La obra fue ejecutada por la C.A. METRO DE CARACAS, en programación conjunta con el Ministerio de Transporte y Comunicaciones y la Gobernación del Distrito Federal. Para el momento de su inauguración contaba con jardines, kioscos para información, seguridad pública, teléfono, elementos supergráficos, la escultura Levitación I, alumbrado público, papeleras, postes de señalización, semáforos y una adecuada arborización. El área de construcción de 40.000mts., con 3900mts. de áreas verdes. Se instalaron 300 postes de iluminación, 36 teléfonos públicos y se sembraron 350 árboles.

Conjuntamente con el trazado del paseo peatonal, se ejecutaron construcciones de drenajes, sumideros, cloacas y colectores en la zona del Boulevard, fundamentalmente para resolver el problema de las inundaciones que padecía este lugar. También se implantó un nuevo esquema vial en Catia, que desde el primer día mejoró la fluidez del tráfico del sector.

En la actualidad, la Alcaldía de Caracas y diversos grupos socio-culturales, trabajan en el rescate del Boulevard de Catia. Así mismo, ayuda el hecho de que la economía informal, ya no forme parte de estos espacios y se encuentren disponibles para el disfrute y la recreación de la comunidad y que se pueda transitar libremente a lo largo y ancho, propiciándose la presentación de eventos culturales, políticos, religiosos y recreativos.

En el año 2009, el Boulevard de Catia como parte del proyecto de mejora se extendió su caminería que empalma el final del Boulevard de Catia en la sexta avenida de El Atlántico con la avenida principal de La Silsa. En el nuevo tramo, aunque se preserva el flujo vehicular, se

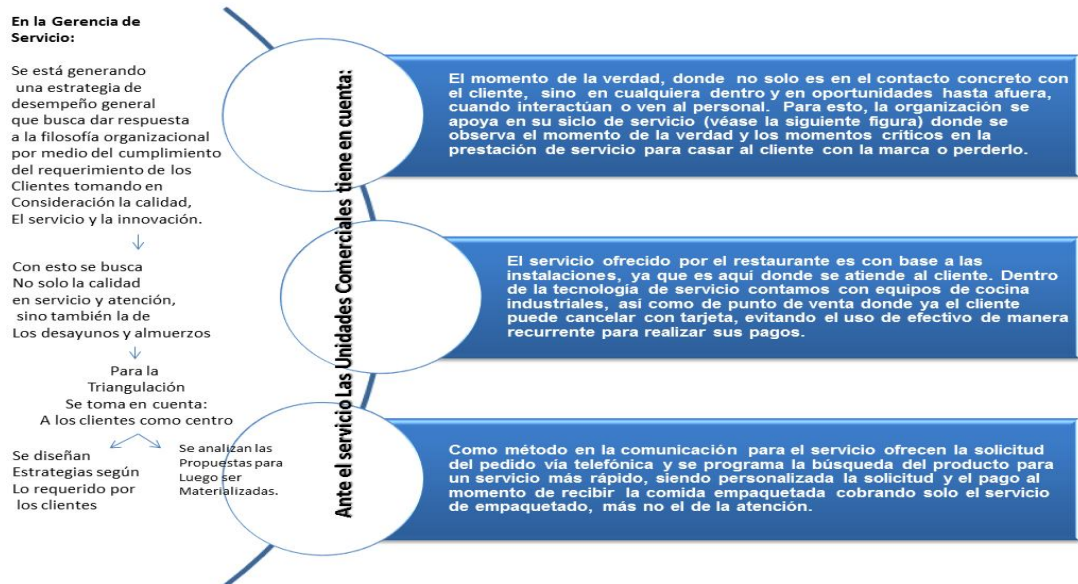
ampliaron al doble las caminerías, fueron colocados bancos para el disfrute de los visitantes y se construyeron jardineras.

El Boulevard de Catia ahora atraviesa completamente la extensión transversal de la Parroquia Sucre. En la actualidad, el Boulevard de Catia por ser una zona comercial no tenemos cifras exactas de su población como tal, pero si sabemos que la población de la Parroquia Sucre, según cifras oficiales es de aproximadamente 398.635 mil habitantes.

- Instalaciones: en la actualidad el Bulevar de Catia cuenta según observaciones realizadas en el mes de julio de 2015 (véase el cuadro N° 3, página 51) con 26 unidades comerciales como luncherías, areperas, restaurantes, entre otras, dedicadas a la elaboración y venta de comida típica e internacional. Con un promedio de 10 personas trabajando y en espacios no mayores a 10 metros cuadrados. Estos cuentan con equipos en su mayoría tradicionales e industriales para la elaboración de sus productos, periódicamente cuenta con las supervisiones correspondientes por parte de agentes externos y por lo tanto con el mantenimiento sustitución de Estos al deteriorarse.
- Capacidad de la Mano de Obra: en la fase de observación del presente estudio la población era de 261 personas (véase el cuadro N° 3, página 51) caracterizada por ser personal con estudios de básica, en su mayoría mujeres de las zonas aledañas a la Parroquia Sucre quienes prestan sus servicios en bloques correspondientes a horarios desde las 06:00am a 10:00pm logrando atender aproximadamente unas 60.000 personas diariamente (en un día y temporada normal) que equivale a 230 personas por día en cada local.

En resumen de esta evaluación técnica, en la siguiente página se observarán dos imágenes que concretan cómo se espera que dado este proyecto de balance social y aplicación de medidas de RES las organizaciones funcionen buscando el mejoramiento del clima organizacional.

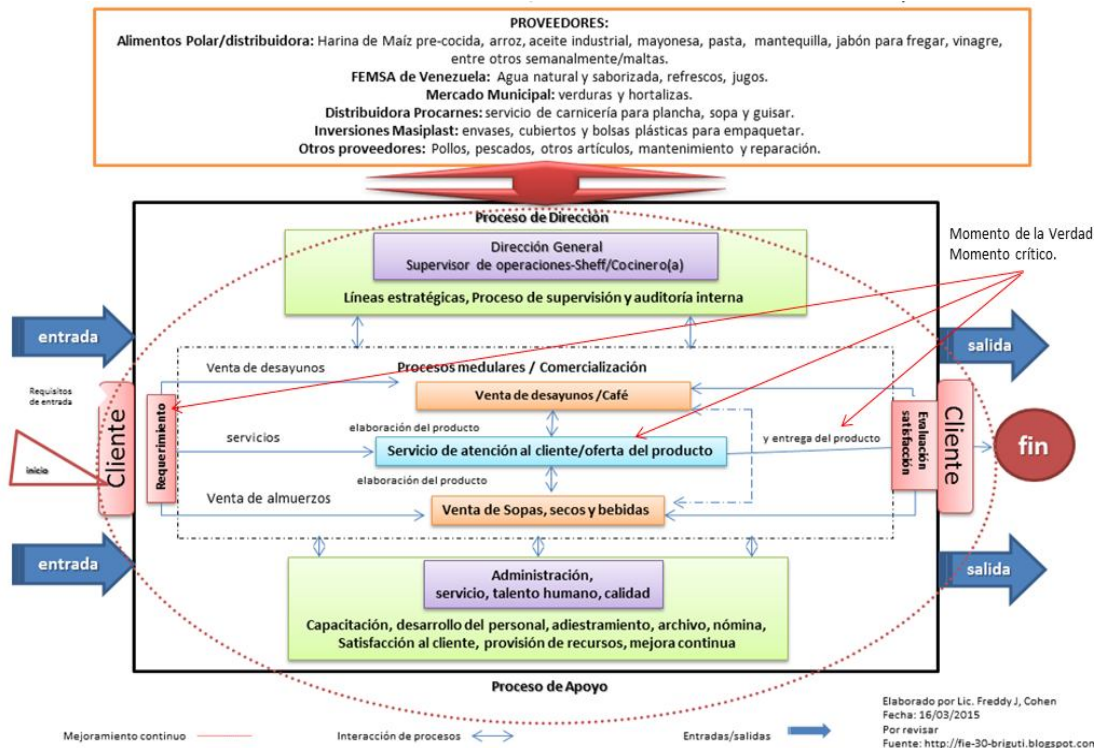
Figura N° 4. Capacidad de la Mano de Obra para el Servicio.



Fuente: elaboración propia (2015).

Por lo tanto es más comprensible poder expresar los procedimientos de manufactura de estas organizaciones en la siguiente figura N° 5

Figura N° 5. Mapa del Proceso Productivo/Servicio de los Locales Comerciales del Bulevar de Catia-Caracas



Para describir la administración de operaciones y de servicios de la organización, se quiso presentar la siguiente matriz dinámica del sistema productivo propio del restaurante. Para así mostrar en qué puntos se da el momento de la verdad y el crítico al contactar con el cliente.

Fuente: elaboración propia (2015).

1.3 Evaluación Ambiental

Según la Asociación Civil Desarrollo Integral del Economista ACIDIDE (2013) plantea que el medio ambiente de los proyectos es diferente al entorno administrativo de las organizaciones, porque hace énfasis en la particularidad de las acciones, en lugar de la continuidad y la rutina, por lo que hace hincapié en el seguimiento de compromisos y toma de correctivos. De tal manera, a continuación se presentarán algunas características dada la evaluación ambiental desde un punto del entorno y en función al clima organizacional. Gracias a la técnica de la observación en el universo estadístico de la investigación, se determinó:

- No se evidencia una labor concreta que vaya en favor de la preservación del medio ambiente.
- Por la presencia de la economía informal, se suele encontrar concentración de basura en las calles lo que suele tapar los drenajes.
- Existen manadas de perros callejeros.
- Hay mal uso de las áreas verdes.
- Se evidencia poco servicio de alumbrado en funcionamiento por el hurto por parte de personas en situación de calle.
- Las casetas telefónicas con funcionamiento parcial.
- Transversales congestionadas por el mal uso del espacio por parte de la economía informal (líneas de mototaxistas) lo que genera congestión vehicular y conlleva a la contaminación del aire.

En relación a la situación que se está presentando dentro de las Organizaciones de los locales de comida tradicional del personal que labora en el Bulevar de Catia-Caracas y que afectan su Clima Organizacional, se espera realizar una serie de estrategias por medio de este proyecto, que no solo favorezca el CO en dichas unidades económicas, sino que cree un cultura de preservación del medio en la zona. Véase la página 74-estrategias de mejoramiento.

1.4 Evaluación Financiera

Según la Asociación Civil Desarrollo Integral del Economista ACIDIDE (2013), la evaluación financiera del proyecto viene dada por un conjunto de indicadores de común uso, que permite diagnosticar de primera mano la salud financiera del proyecto antes de iniciar su ejecución y puesta en marcha. Es por esto que se tiene a bien, presentar dicha radiografía pero teniendo en cuenta la realidad país, donde contamos con índices inflacionarios desconocidos, se han estimado y partiendo de los datos que una de las organizaciones ha dado para el presente estudio, se proyecta

partiendo de que las demás instituciones presentan la misma situación financiera (Caeteris Paribus) y que el presente proyecto va dirigido a realizar acciones sociales de RSE.

Se inicia planteando que **la corrección monetaria** es el reflejo de la inflación en el ejercicio comercial contable de una empresa; indicado en términos sencillos, es una revalorización de los bienes económicos tomando en cuenta la inflación, la cual es necesaria realizar para ofrecer datos más cercanos a la realidad en este período del ejercicio comercial donde no se ha generados publicaciones del Ejecutivo Nacional en relación a los indicadores macroeconómicos.

Piña (2012) Dentro de los aspectos que representa su finalidad esta Actualizar con la corrección determinada los valores no monetarios de las cuentas del balance... cargo o abono a la cuenta de Resultado Corrección Monetaria. Corregir y actualizar la utilidad o pérdida del ejercicio sumando o restándole el saldo deudor o acreedor de la cuenta Corrección Monetaria.

A continuación presentamos el ejemplo para uno de los restaurantes de la zona de estudio de Caracas, muy importante que usted ingrese en las tablas de INPC de los años anteriores (2013, 2014 y actual 2015), "**los porcentajes de actualización finales**" estos valores deben ser publicados por el Banco Central de Venezuela (BCV), la realidad es que su última presentación de los índices fue al cierre del año 2014, por lo que trabajamos con esto obteniendo el Balance expuesto en la página gubernamental.

Los valores que se ingresan en el recuadro de IPC bajo el siguiente menú.

El valor que se debe ingresar es el factor calculado a partir del porcentaje de Reajuste de IPC.
 Ejemplo. Porcentaje de IPC para cierre 2014 = 68,5
 El valor ingresado en la tabla es $(\%IPC / 100) + 1$
 $\Rightarrow (68,5 / 100) + 1 = 1.685$

Fuente: BCV (2015)

Ante esta realidad donde el BCV estima el cierre del 2014 con un índice inflacionario de 68,5%, se revisarán los cuadros presupuestales de ventas para determinar las estimaciones de los ingresos para este último semestre y compararlos con los egresos publicados en el balance para el cierre 2015, vale destacar que estos cálculos se realizarán a una de las organizaciones en estudio como referente de la realidad de los locales de la zona de investigación.

Para la política presupuestaria de precios se obtiene del pronóstico del volumen de ventas y del comportamiento del consumidor, así como de la actuación del nicho en la variación estacional histórica. Véase Cuadro N° 5

Cuadro N° 5 Ventas Esperadas 2015 (estimándolo por factor de corrección-inflación 68,5% (BCV))

#	PRODUCTOS	Unidades	Precios \bar{x} (BS)	Ventas Estimadas \bar{x} (BS)
1	Bebidas	46.904	84,25	2.345.200,00
2	Desayuno Criollo	520	252,75	131.430,00
3	Empanadas	28.800	58,98	1.698.624,00
4	Arepas	780	134,8	105.144,00
5	Almuerzo-Seco	72.000	421,25	30.330.000,00
6	Almuerzo- Sopa	54.000	219,05	11.828.700,00

Fuente: elaboración propia (2015)

A continuación se presenta la calendarización promedio de las ventas estimadas mensualmente para lo que resta del 2015 de los 6 productos expresados en el cuadro anterior en el Cuadro N°6, el cual servirá de base para la programación del departamento de producción y estimar la planeación de adquisición de materiales.

Cuadro N° 6 Calendarización Promedio De Las Ventas la calendarización promedio de las ventas (Semestre II-2015)

Meses	Unidades \bar{x}	Precios \bar{x} (BS)	Ventas Estimadas \bar{x} (BS)
6	13.000	195,17	2.537.210,00
7	13.000	195,17	2.537.210,00
8	13.500	195,17	2.634.795,00
9	12.800	195,17	2.498.176,00
10	13.250	195,17	2.586.002,50
11	14.250	195,17	2.781.172,50
12	15.000	195,17	2.927.550,00
Total	94800	195,17	18.502.116,00

Fuente: elaboración propia (2015)

Estos datos y el siguiente Balance servirá de base para realizar cálculos estimados de la evaluación financiera para el proyecto: *Balance Social de los Locales Comercios de Alimento tradicional del Bulevar de Catia-Caracas como estrategia motivacional a la implementación de acciones de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) que favorezcan el Clima Organizacional del personal de servicio.*

Gracias a estos datos, previos a la ejecución de proyecto, será determinado en este apartado:

- Valor Actual Neto.
- Relación Beneficio/ Costos
- Tasa Interna de Retorno

Antes de realizar los cálculos y generar los análisis, véase el Balance General al cierre de este 2015 de uno de los restaurantes del campo de estudio.

RESTAURANTE, C.A.
BALANCE GENERAL
AL 31-12-2015
(Expresado en Bolívares Fuertes)

ACTIVO
CIRCULANTE

Efectivo en Bancos		603.554,00	
Inventarios		460.500,62	
Total Activo Circulante	Bs.		1.064.054,62

ACTIVO FIJO

Mobiliario y Equipo		5.548.990,92	
Depreciación Acumulada		(2.932.058,83)	2.616932,09
Total Activo Fijo	Bs.		2.616.932,09

Total Activo	Bs.		3.680.986,71
---------------------	------------	--	---------------------

PASIVO Y CAPITAL

Cuentas Por Pagar	Bs.	947.836,27	
Total Pasivo Circulante		947.836,27	947.836,27

CAPITAL

Capital Social		1.598.000,00	
Reserva Legal		15.980,00	
Superavit del Ejercicio		1.119.170,44	
Perdida del Ejercicio		0,00	
Total Capital	Bs.		2.733.150,44
Total Pasivo y Capital	Bs.		3.680.986,71

Cabe destacar que el presente proyecto, busca por medio de estrategias de RSE estimular un Clima Organizacional participativo entre los trabajadores de los locales de comida tradicional del Bulevar de Catia-Caracas, por lo que antes de obtener una utilidad monetaria, el beneficio será en relación al trato y la atmósfera de trabajo, la cual siendo de calidad se espera que esto favorezca el trato con el público, mayor identidad institucional y casamiento con la marca de parte de los clientes por las acciones sociales emprendidas.

La utilidad de la presente evaluación financiera es la siguiente:

- valorar la necesidad y oportunidad de acometer la realización del proyecto.
- Seleccionar la alternativa más beneficiosa para la realización del proyecto.
- Estimar adecuadamente los recursos económicos necesarios, en el plazo de realización del proyecto.

1. Valor Actual Nominal (VAN)

Conocido también como valor presente (VP), este método consiste en actualizar los flujos de efectivo uno a uno, descontándolos a una tasa de interés igual al costo de capital (K), sumarlos y comparar la suma con la inversión inicial (I_0), de tal forma que si el valor actual de la suma de los flujos es mayor o igual al de la inversión, el proyecto se acepta como viable. En el caso contrario se rechaza.

Tabla N° 7 Flujo de Caja Proyectado

RESTAURANTE, CA													
FLUJO DE CAJA PROYECTADO PERÍODO JUNIO 2015-16													
CONCEPTOS / MESES	jun-15	jul-15	ago-15	sep-15	oct-15	nov-15	dic-15	ene-16	feb-16	mar-16	abr-16	may-16	Sumatoria
INGRESOS													
DESAYUNOS Y ALMUERZ	1.108.466,87	1.112.283,13	1.105.895,22	1.104.786,67	1.116.379,80	1.128.414,91	1.147.697,08	187.137,60	1.116.978,34	1.119.978,34	1.126.978,34	1.129.674,56	
TOTAL INGRESOS	1.108.466,87	1.112.283,13	1.105.895,22	1.104.786,67	1.116.379,80	1.128.414,91	1.147.697,08	187.137,60	1.116.978,34	1.119.978,34	1.126.978,34	1.129.674,56	12.504.669,86
COSTOS													
COMPRAS DE ALIMENTOS	638.219,30	642.198,31	745.290,13	740.818,12	845.848,13	949.081,13	958.348,00	119.989,36	549.989,36	749.989,36	753.989,36	856.784,56	
TOTAL COSTOS	638.219,30	642.198,31	745.290,13	740.818,12	845.848,13	949.081,13	958.348,00	119.989,36	549.989,36	749.989,36	753.989,36	856.784,56	8.550.545,12
GASTOS													
NÓMINA	67.469,80	74.216,80	74.216,80	74.216,80	74.216,80	96.481,80	96.481,80	48.240,90	96.481,80	96.481,80	96.481,80	96.481,80	
ALQUILER	2.136,33	22.400,00	22.400,00	22.400,00	22.400,00	22.400,00	22.400,00	22.400,00	22.400,00	22.400,00	22.400,00	22.400,00	
SERVICIOS Y REPARACIONES	3.942,32	3.536,12	3.445,78	3.738,12	3.982,15	3.520,48	2.937,02	8.038,70	3.589,60	4.695,10	4.786,45	4.997,67	
FINANCIAMIENTO	19.616,42	19.616,42	19.616,42	19.616,42	19.616,42	19.616,42	19.616,42	19.616,42	19.616,42	19.616,42	19.616,42	19.616,42	
TOTAL GASTOS	93.164,87	119.769,34	119.679,00	119.971,34	120.215,37	142.018,70	141.435,24	98.296,02	142.087,82	143.193,32	143.284,67	143.495,89	1.526.611,58
TOTAL EGRESOS													10.077.156,70
UTILIDAD PROYECTADA	377.081,70	350.315,48	240.926,09	243.997,21	150.316,30	37.315,08	47.913,84	-31.147,78	424.901,16	226.795,66	229.704,31	129.394,11	2.427.513,16

Fuente: elaboración propia (2015)

Datos:

- VAN: Valor Actual Neto.
- I_0 : Monto de la inversión activo del proyecto.
- I: Ingreso (flujo de caja)
- E: Egreso (flujo de caja)
- $(1-i)$: flujo de caja o factor de descuento
- n: tiempo de la inversión.

$$\text{Fórmula VAN} = -I_0 + \frac{\sum(I-E)}{(1-i)^n}$$

Resolución (valores expresados en Bs):

$$VAN = -300.000 + \frac{\sum(12.504.669,86 - 10.077.156,70)}{(1 - 0,03)^1}$$

VAN= Bs 2.202.590,90

Se puede evidenciar en el resultado encontrado (VAN= Bs 2.202.590,90) que el proyecto es considerado como viable, porque su valor es superior al Monto la de inversión activo del proyecto (I_0), y al compararlo con el flujo de caja, esta inversión deja una utilidad similar a la utilidad proyectada para el primer semestre de 2016.

2. Relación Beneficio Costo (RBC): La relación Beneficio-Coste (B/C) compara de forma directa los beneficios y los costes. Para calcular la relación (B/C), primero se halla la suma de los beneficios descontados, traídos al presente, y se divide sobre la suma de los costes también descontados.

Para una conclusión acerca de la viabilidad de un proyecto, bajo este enfoque, se debe tener en cuenta la comparación de la relación B/C hallada en comparación con 1, así tenemos lo siguiente:

- $B/C > 1$ indica que los beneficios superan los costes, por consiguiente el proyecto debe ser considerado.
- $B/C=1$ Aquí no hay ganancias, pues los beneficios son iguales a los costes.
- $B/C < 1$, muestra que los costes son mayores que los beneficios, no se debe considerar.

$RCB= 2.202.590,90/300.000,00 = 7,34\%$ el valor hallado muestra un beneficio superior a siete (7) veces su inversión por lo cual es viable.

3. Tasa Interna de Retorno (TIR):

Según la Asociación Civil Desarrollo Integral del Economista ACIDIDE (2013), explica que este indicador muestra la tasa de rendimiento mínimo que se espera del proyecto regrese al inversor según sea la composición del

flujo de efectivo neto a ser generado durante la vida útil de la propuesta de inversión; este indicador permite comparar la tasa con otras de interés que representa un costo de oportunidad. Se recomienda que el valor de la tasa, sea mayor (la rentabilidad) que la ofrecida por el banco en el crédito.

Ante lo planteado en la conceptualización, vale citar una publicación de Noticias 21-BCV quienes el 06 de enero del presente año desde una fuente extraoficial ante la publicación de la Institución financiera nacional se supo que la inflación al cierre de este 2015 se estimó en 270,70% lo que no representa ningún atractivo para invertir en medio de la presente realidad.

Por lo tanto, dicho proyecto ha mostrado la viabilidad del mismo presentando por medio de los cálculos sus estimaciones, sin embargo la variable inflación ha sido la principal barrera para el desempeño comercial de las mismas unidades económicas, por lo que determinar una TIR, sería generar una tasa de rentabilidad fuera de la realidad ideal de remuneración.

1.5 Evaluación Legal.

Ya en relación al basamento legal en el Capítulo II desde la página 35 hasta la 41 se explica la normativa legal que sustenta dicha investigación, sin embargo en relación a la RSE vale citar al cuerpo de leyes y sus artículos que abalan este proyecto:

En relación a la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, el artículo 135 el cual habla de los beneficios sociales que no solo el Estado debe brindar a los ciudadanos, sino también todas aquellas personas que quieran optar por una profesión. Así mismo vale destacar como a la luz del Plan Nacional existen líneas de soberanía, educación, desarrollo sustentable, sostenible y de la biodiversidad, entre otras áreas.

La Ley Orgánica de Tecnología, Ciencia e Innovación y su reglamento (LOTCI y la RELOTCI) presentan desde los artículos 34, 35, 36 y 37 los aportes que los sectores productivos como minería, hidrocarburos,

electricidad, quienes deben realizar a la sociedad en función a sus utilidades anuales en los ingresos brutos, en referencia al reglamento presenta la importancia de la formación de talento humano superior a niveles de bachillerato, de este manera explica además de la inversión o los aportes hecho por patronos desde el artículo 2.

En relación a la Ley Orgánica del Sistema de Seguridad Social LOPCIMAT, presenta no solo las obligaciones de los empleados en la preservación de su calidad de trabajo y personal, así como la vinculación con la discapacidad de los trabajadores y permisos médicos desde los artículos 14 y subsiguientes.

La Ley Orgánica sobre Sustancias Estupefaciente y Psicotrópicas en el artículo 101 expresa el aporte de las empresas de este rubro quienes al determinar sus utilidades, deben realizar el aporte del 1% a los programas de prevención antidrogas, de este misma manera lo expresa La Ley Orgánica Contra El Tráfico Ilícito Y El Consumo De Sustancias Estupefaciente Y Psicotrópicas pero en su artículo 96 donde menciona la vinculación con la Organización Nacional Antidrogas y el en artículo 97 otras obligaciones organizacionales.

Los Derechos Laborales de los Discapacitados expresan la importancia de tener el 5% de su personal con algún tipo de discapacidad permanente mostrando sus derechos y accesibilidad de Estos, a su vez comenta cómo debe ser el trato con Estos dentro y fuera de la organización, además de expresar los beneficio de los discapacitados y las oportunidades.

Ley del Instituto Nacional de Capacitación y Educación Socialista INCES en este se ofrece formación integral a las personas para que superen sus conductas, alcancen una conciencia colectiva y la tolerancia.

Los programas gubernamentales para la educación y capacitación con valores socialistas las seis misiones dirigidas a la formación tales como, Misión Ché Guevara, Sucre y Cultura, entre otros.

Programa Nacional de Aprendizaje PNA, las unidades productivas, empresas o establecimiento comerciales tienen el deber con una plantilla de personal superior a 15 trabajadores deben capacitar un mínimo de 3% o un máximo de 5% de jóvenes aprendices.

1.6 Evaluación Socio-Económica

Ahora, ante la realidad del mercado, las Organizaciones presentan la siguiente Matriz FODA donde no solo se presenta una radiografía del nicho sino que también se puede facilitar la correlación entre las variables.

Cuadro N° 7 F.O.D.A.

↻ Variables Internas	↻ Variables Externas
<p>Fortalezas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Cultura Organizacional. ✓ Posicionamiento en el mercado ✓ Punto geográfico privilegiado por su acceso y proximidad al Metro, Boulevard y autopista. ✓ Se encuentra en PB, lo cual hace el local visible al público. ✓ La zona es un lugar concurrido de transeúntes diariamente, ya que alrededor hay colegios, tiendas, Centro Comercial, comercio, mercado municipal, supermercados. ✓ Los equipos de trabajo son propios y se han estado renovando cada quinquenio. ✓ Aún se cuenta con proveedores para algunos insumos esenciales para el proceso productivo. ✓ Se ha actualizado el sistema eléctrico y periódicamente se le realizan chequeos y mantenimientos. 	<p>Amenazas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Las notificaciones ante regulaciones de Estado no llegan oportunamente lo que en oportunidades generan el cobro de multas. ✓ Adquisición de Insumos se ha incrementado en un 80% en compras al detal ya que los proveedores han dejado de vender con opciones de descuento y al mayor. ✓ Los plazos de pago a crédito se han acortado de 10 días a una semana y en otros casos hay que hacerlo desde noviembre 2014 de contado. ✓ La inseguridad en la zona se ha incrementado con el Hurto a los transeúntes. ✓ Ha iniciado y en escalada la economía informal en la zona con reventas de productos de la canasta básica y almuerzos. ✓ Ante la realidad la reposición de mercancía con el mismo proveedor no es frecuente. ✓ El número de mercancía que surten la Distribuidora no es fija. ✓ Los incrementos salariales repentinos afecta el presupuesto y planificación interna. ✓ Los cortes de luz han dañado algunos equipos por las variaciones de energía, a pesar de contar con reguladores.
<p>Debilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Rotación del Personal cada vez se hace más frecuente. ✓ Se cuenta con un espacio limitado e imposible de ampliar internamente por estar en un edificio. ✓ Dada la rotación constante el proceso de capacitación del personal es continuo. ✓ El clima organizacional se está viendo afectado por diferentes factores primordialmente internos. ✓ No es común las remodelaciones de estos lugares. ✓ La limitación del espacio en general y para almacenar hace que las compras de insumos solo se realicen para la producción semana. ✓ El espacio en oportunidades por la dinámica del lugar se hace pequeño. ✓ El sistema de extracción de calor se ha vuelto insuficiente. 	<p>Oportunidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Se cuenta con experiencia crediticia en entidades financieras para Pymes y bancas universales ✓ Reorganización de los espacios públicos de la zona favoreció reubicando a los buhoneros por lo que despejaron las calles. ✓ La escasez generalizada ha llevado que el público tenga que comprar los alimentos ya elaborado, lo que ha generado un incremento en la demanda continuo desde el último trimestre del año 2014. ✓ Dentro de las nuevas líneas del Municipio (Libertador) existe la posibilidad de usar parte de la cera con la colocación de mesas y sillas acompañadas con toldos. ✓ La limitación de insumo ha generado la creación de nuevas propuestas culinarias y oferta de productos. ✓ Se cuenta con los derechos del local para generar cambios en la distribución del espacio. ✓ El uso de un punto de venta ofrecido por la banca privada ha favorecido la circulación e ingreso de dinero electrónico en las cuentas de la organización.

Fuente: elaboración propia (2015)

Antes de seguir, se cita a la Asociación Civil Desarrollo Integral del Economista ACIDIDE (2013), quien explica que una exitosa gestión del proyecto, es necesario que tanto el gerente como su equipo de trabajo:

- Conozca la situación que se está presentando y las necesidades del colectivo.
- Interprete el objetivo que se persigue materializar.
- Interpreta adecuadamente la misión de la organización cliente.
- Desglosa las metas como expresión cuantitativa del objetivo que persigue el proyecto.
- Asegura la calidad de la producción y el producto al cual se espera llegar.
- Monitorea constantemente el desempeño del talento humano.
- Vela por el cumplimiento de los plazos a fin de evitar gastos futuros.

Dada estas líneas se presentarán la formulación y organización del proyecto, características de la propuesta y el Plan de ejecución; la necesidad concreta es generar un *Balance Social de los Locales Comercios de Alimento tradicional del Bulevar de Catia-Caracas como estrategia motivacional a la implementación de acciones de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) que favorezcan el Clima Organizacional del personal de servicio.*

2. Formulación de la Propuesta:

- 1.1 Situación: Clima organizacional autocrático del personal que labora en los establecimientos de comida tradicional en el Boulevard de Catia-Caracas.
- 1.2 Objetivo: Clima organizacional participativo del personal que labora en los establecimientos de comida tradicional en el Boulevard de Catia-Caracas.

Meta: generar un *Balance Social de los Locales Comercios de Alimento tradicional del Bulevar de Catia-Caracas como estrategia motivacional a la implementación de acciones de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) que favorezcan el Clima Organizacional participativo en el personal.*

1.3 Justificación:

Desarrollar un proyecto que busque desde un balance social resolver situaciones de clima organizacional autocrático a través de acciones de Responsabilidad Social empresarial en las PYMES del Bulevar de Catia-Caracas es una propuesta viable no solo financieramente. Fernández (2009), plantea que una organización con acciones sociales es más competitiva, vende más a causa de su buena imagen, fideliza clientes y fortalece e incrementa sus ventas, mientras que a nivel interno de la organización:

- Fideliza el compromiso de los trabajadores.
- Mejora el clima organizacional y la calidad productiva.
- Mejora la comunicación interna.
- Fomenta la cultura organizativa.
- Proporciona valor añadido a los accionistas.
- Surgen propuestas de desarrollo estratégico comercial.

Una buena imagen corporativa obtenida gracias a una política de responsabilidad social, permite su diferenciación frente a la competencia y tiene un valor cada vez más tangible que Fernández (2009) resume en tres grandes ventajas que son relevantes a este proyecto.

- La primera es que se realizan inversiones que promueven valores y el entorno de la organización.
- La segunda es la revalorización para el cliente de la marca y la imagen organizacional.

- La tercera es la eficacia que le genera a la gestión porque mejora el clima organizacional influyendo de manera positiva en el tiempo en la reputación que transmite.

Es por esto, que ante tal situación que se está presentando en los locales comerciales de comida tradicional del Bulevar de Catia-Caracas, surge esta propuesta que si bien el autor genera beneficios a la organización que la aplica, la aplicación por parte de estas empresas generaría el beneficio al colectivo de manera representativa.

1.4 A quiénes beneficiará:

Siguiendo la idea anterior, el presente proyecto al aplicarse genera no solo beneficios lucrativos a las organizaciones en un determinado tiempo, sino que favorece las relaciones interpersonales de los integrantes de las mismas, el cual se traduce en el mejoramiento de la atención y la creación de una nueva cultura de integración en la zona.

Estas organizaciones son parte integral de la sociedad en general, por lo que los beneficios no solo deben ser para los accionistas o propietarios, sino también a todas aquellas personas que se involucre para el desarrollo organizacional (clientes, consumidores, proveedores, empleados, entre otros). Fernández (2009) dice que la Responsabilidad Social Empresarial es rentable a mediano y largo plazo y que las personas naturales y jurídicas tienen a sus niveles medios técnicos calificados para afrontar los problemas que afectan a la sociedad.

3. Organización de la Propuesta

En Venezuela, el Estado ha favorecido y sugiere en los niveles educativos desde bachillerato en adelante, espacios de Labor social o acciones sociales que favorezcan la conciencia ciudadana y más humanista; es importante

señalar que por este motivo, no solo el sector educativo, sino también las empresas desde la responsabilidad social empresarial deben aportar no solo con ideas por lo que se han generado acciones concretas desde las Pymes hasta las grandes organizaciones formales.

En el presente proyecto, no solo se genera la propuesta desde una organización, sino que se busca promover acciones de responsabilidad social en los locales de la zona. De tal manera, que al determinar la misión y visión organizacional el factor común en Estas empresas está determinado de la siguiente manera:

3.2 Tienen como **misión** ofrecer variedad en desayunos y almuerzos nacionales e internacionales caracterizados por su calidad y presentación, brindando una experiencia en el servicio y precios accesibles.

3.3 Dentro de su **visión** desean posicionarse en el mercado local como el mejor establecimiento de la zona en la oferta de comidas nacionales e internacionales brindando un servicio eficaz.

Tomando en cuenta estas ideas, desde un punto de vista departamental en el área de talento humano, su filosofía determina:

- Misión departamental: promover en el talento humano una comunicación asertiva que favorezca la interrelación de forma bidireccional y el trabajo en equipo; viéndose reflejado el clima organizacional en una prestación de servicio con calidad humana
- Visión: Alcanzar la prestación de un servicio eficaz sin perder la cercanía no solo con el público y cliente, sino además comprometidos en brindarles seguridad al capital humano.

Ante la realidad actual de las organizaciones, la línea de acción de Estas, han ido en dirección a la calidad en el servicio, el cual se traduce desde las

necesidades propias en la siguiente hipótesis: “a mejor clima organizacional, mejor es el servicio prestado”, por lo que los objetivos estratégicos y tácticas departamentales en el 2015 aplicadas fueron:

1. Diseño de instrumentos que puedan ser aplicados al personal de las unidades económicas para medir el clima organizacional según los tipos, factores y dimensiones.
2. Análisis de los resultados cuantitativos y cualitativos obtenidos por medio de los instrumentos aplicados al personal del restaurante.
3. Se establecieron para cada área estrategias, que al mejorar el clima organizacional se reflejen en la calidad de atención al público y cliente y respondan a las necesidades de la organización desde acciones concretas.

3.4 Características Socioeconómicas:

Estas unidades económicas se ofrece a la comunidad de Catia y Caracas, una variedad de desayunos y almuerzos, caracterizados por su calidad en presentación e insumos, lo que permite brindarles una experiencia en servicio y precios accesibles buscando a futuro cada uno, posicionarse en el mercado local como el mejor local comercial que ofrece comidas típicas con un eficaz servicio y una atractiva prestación, para así satisfacer a la clientela con productos de calidad y frescura, en un lugar modesto y con una atención cercana que le genere confianza y familiaridad.

La clientela que frecuenta estos locales comerciales, son hombres y mujeres que tienen entre 25 a 65 años de edad o más, además de una pequeña población sexo diversa, que en general viven en el oeste y suroeste de la ciudad con un nivel socioeconómico en su mayoría “D y E”; cabe destacar, que los clientes directos son aquellos que tiene como ruta esta zona para dirigirse a: jóvenes a sus centros de estudios, básicos, diversificados o

universitario, adultos a sus centros de trabajo (tiendas, fábricas, empresas) o de compra o recreación y adultos mayores pensionados, donde en su mayoría poseen un nivel cultural entre medio y bajo.

Cada uno de estos clientes directos, tiene estos aspectos en común; sin embargo si son frecuentes, conocen el personal y van directo a consumir ya que conocen cuál es el menú y solo revisan las variantes para el día, mientras que otros van por un producto en particular (bebidas); si son ocasionales, estos revisan con mayor detalles el menú y comparan entre lo servido antes de solicitar su pedido además de observar el entorno.

Por otra parte, es importante mencionar que ante un proyecto para el 2015 – por ejemplo de impulso de la Responsabilidad Social empresarial con acciones concretas que favorezca el Clima organizacional participativo-, las empresas en común, cuentan con una gerencia que tiene una experiencia de una década en el sector donde uno de sus socios poseen entre 10 a 40 años de experiencia y estudios en áreas relacionadas al área, contando con la capacidad instalada, un mínimo de personal capacitado y conocedor del área y un recursos financieros rotativos.

Se cuenta con una información básica del entorno, pero con el conocimiento de medios especializados, lo que permite tener una ventaja ante la competencia tanto directa (un local de comida en la misma cuadra) como indirecta (vendedores ambulantes de cualquier tipo de alimentos), no solo en estrategias de mercado sino en cuanto a lo que ofrecen, ya que en su mayoría venden comida típica y desayunos criollos como arepas rellenas y empanadas, mientras que nuestra casa ofrece además de esto desayunos especializados y una variedad en almuerzos nacionales diariamente y gracias al asesoramiento legal y financiero manejamos el marco regulatorio.

Actualmente, se ha visto afectada por la situación económica ya comentado en el cuadro N° 7 FODA, lo que ha hecho que se encuentre en el último nivel

de la cadena de distribución para algunos insumos y variaciones de precios constantes, lo que ha generado que los costos de producción se incrementen (esto ha ocurrido con las verduras, carnes, envases, bebidas, granos, cereales entre otros). No obstante, es curioso que esto haya generado la reinversión de algunos platos con insumos suplementarios.

El Balance Social, según el Instituto para el Desarrollo Empresarial de la **Argentina** IDEA, es una herramienta de la política empresarial que consiente en evaluar cuantitativa y cualitativamente el desempeño de la responsabilidad social de la empresa en términos de activos y pasivos sociales en espacios interno y externo, durante un lapso de tiempo determinado y frente a metas de desempeño definidas y aceptadas previamente, con fines de diagnosticar del clima laboral y social, de información, de planeamiento de su política social y concertación con los diversos sectores con los cuales la empresa se relaciona.

También dice, que consiste en reunir y sistematizar la información correspondiente a las dimensiones sociales de la empresa, realizando con honestidad y seriedad una descripción de indicadores, así como un inventario realista de las tareas realizadas por la institución en materia social.

El Balance Social permite cumplir con los siguientes objetivos:

- realizar un diagnóstico de la gestión empresarial en relación al cumplimiento de su responsabilidad social en un determinado período, lo que permite redefinir políticas, establecer programas y hacer más eficientes las inversiones sociales, mejorando la relación costo/ beneficio.
- permitir a la gerencia planificar las acciones orientadas a aumentar la productividad y eficiencia de sus trabajadores, y a efectuar un seguimiento del resultado de esas acciones.

- disponer de información relativa a los recursos humanos de la empresa y sobre su relación con los sectores de la comunidad con los cuales ella se vincula, entre otras cosas, para poder informar adecuadamente a la opinión pública sobre su desempeño social.
- permitir a la empresa actualizar políticas y programas relacionados con su responsabilidad social, ya que es un instrumento efectivo para medir y controlar las consecuencias, los costos y beneficios derivados de sus acciones.

4. Características Generales de la Propuesta:

1.1. Recursos para la ejecución.

Ya luego de realizar una explicación detallada en la evaluación financiera en el apartado 1 de este capítulo, solo queda por explicar el resto de los recursos con los cuales se cuenta para la ejecución de este proyecto de la siguiente manera en el Cuadro N° 8:

Cuadro N°8 Recursos para la ejecución (CANVAS)

Generación de Modelo de Negocio (CANVAS)

Asociados Claves: -Proveedores: adquisición de recursos económicos y de calidad. -Asoc. Civiles. -Capacitación del Personal en los procesos. -Uso de influyentes. -Bancos (Proc.pago)	Actividades Claves: -Promociones. -Vinculación con terceros como proveedores y clientes. Recursos Claves: -El talento humano. -Capacidad Instalada. -El Local -Los Clientes	Propuesta de Valor: -Acciones de RSE fortalezcan la ofertas de: -Comida típica con sabor casero y fresca. -Oferta de alimentos para eventos y consumo personal por pedidos. -Promociones de almuerzos con 3 contornos.	Relación con el Cliente: -Personalizada. -Seguimiento Post-venta. -Oferta y Promo Canales de Distribución: -EL Local. -Uso de medios digitales para la promoción de la RSE.	Segmento de Clientes: Hombre y mujeres consumidores de comidas típicas desde 25 años en adelante que trabajan y estudian en la zona centro, sur y oeste de la Ciudad.
Estructura de Costes: En cuanto al proyecto tenemos una Evaluación Financiera viable para: Variables: Incorporación de espacios de reciclaje y promoción de recolección de chapas. Fijo: Uso de equipos y materiales de preservación		Flujo de Ingresos: -Promociones con: platos del día, menú ejecutivos para la semana, descuentos por pronto pago o compras inmediatas, además de las promociones estacionales vinculado con la RSE.		

Fuente: elaboración propia (2015).

1.2. Participación de la Comunidad

Por realizar el estudio en una zona comercial, este estará diseñado en fases que periódicamente involucrará a la comunidad del sector y a los clientes como actores claves para la ejecución del mismo, este parcialmente ha sido explicado en el Cuadro N° 8 en los ítems asociados y recursos claves, así como más adelante en el plan de ejecución.

4.3 Impactos esperados: Cuadro N°9 Cruce De La FODA

<p style="text-align: center;">ELEMENTOS INTERNOS</p> <p style="text-align: center;">ELEMENTOS EXTERNOS</p>	<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Cultura Organizacional. ✓ Posicionamiento en el mercado por estar al menos por 7 años. ✓ Punto geográfico privilegiado por su acceso y proximidad al Metro, Boulevard y autopista. ✓ La zona es un lugar concurrido de transeúntes diariamente, ya que alrededor hay colegios, tiendas, Centro Comercial, comercio, mercado municipal, supermercados. ✓ Los equipos de trabajo son propios y se han estado renovando cada quinquenio. ✓ Se cuenta con un asesor financiero quien lleva la contabilidad. ✓ Aún se cuenta con proveedores para algunos insumos esenciales para el proceso productivo. ✓ Se ha actualizado el sistema eléctrico y periódicamente se le realizan chequeos y mantenimientos. 	<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Rotación del Personal cada vez se hace más frecuente. ✓ Se cuenta con un espacio limitado e imposible de ampliar internamente por estar en un edificio. ✓ Dada la rotación constante el proceso de capacitación del personal es continuo. ✓ El clima organizacional se está viendo afectado por diferentes factores primordialmente internos. ✓ No se han realizado nunca una remodelación del lugar. ✓ La limitación del espacio en general y para almacenar hace que las compras de insumos solo se realicen para la producción semana. ✓ El espacio en oportunidades por la dinámica del lugar se hace pequeño. ✓ El sistema de extracción de calor se ha vuelto insuficiente.
<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Se cuenta con experiencia crediticia en entidades financieras para Pymes y bancas universales al menos por de 7 años. ✓ Reorganización de los espacios públicos de la zona favoreció reubicando a los buhoneros por lo que despejaron las calles. ✓ La escasez generalizada ha llevado que el público tenga que comprar los alimentos ya elaborado, lo que ha generado un incremento en la demanda continuo desde el último trimestre del año 2014. ✓ Dentro de las nuevas líneas del Municipio (Libertador) existe la posibilidad de usar parte de la cera con la colocación de mesas y sillas acompañadas con toldos. ✓ El Municipio se encuentra en una fase de remodelación de las transversales. ✓ La limitación de insumo ha generado la creación de nuevas propuestas culinarias y oferta de productos. ✓ El pago de alquiler es en condominio lo que hace que la variación de la renta sea de forma esporádica. ✓ Se cuenta con los derechos del local para generar cambios en la distribución del espacio. ✓ El uso de un punto de venta ofrecido por la banca privada ha favorecido la circulación e ingreso de dinero electrónico en las cuentas de la organización. 	<p style="text-align: center;">ESTRATÉGIAS OFENSIVAS (MAXI-MAXI)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Favorecer los pagos de créditos y generar pronto pago, lo cual promueva la oferta e interés de las entidades financiera en el aporte de liquidez lo que financiaría proyectos de RSE y otros. • Realizar los pagos oportunamente al condominio para garantizar la permanencia en el lugar con miras en la ampliación del local si es posible y seguir asegurando fuentes de trabajo en la zona. • Incorporar al personal en el diseño de estrategias para favorecer el trabajo en equipo y las acciones de RSE • Promover la cultura organizacional y valores desde la integración. • Dada las posibilidades de la Alcaldía aprovechar por medio de los pendones y banner el uso de publicidad externa fija para llamar más la atención de los clientes y aportar en la revalorización de la zona. • Favorecer la comunicación con los proveedores. 	<p style="text-align: center;">ESTRATÉGIAS DEFENSIVAS (MAXI-MIN)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Generar el diseño de un manual de descripción de cargos donde contengan los criterios propios de la organización para la selección y capacitación del personal entrante, así como la descripción de sus tareas dado el cargo. • Generar políticas de responsabilidad social no remuneradas con los trabajadores. • Direccionar recursos obtenidos por financiamiento para la restructuración del espacio y mantenimiento o actualización de los equipos de trabajo, así como incursionar en el mundo online. • Promover en el personal la innovación de platos dada la utilización de insumos complementarios.
<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Las notificaciones ante regulaciones de Estado no llegan oportunamente lo que en oportunidades generan el cobro de multas. ✓ Adquisición de Insumos se ha incrementado en un 70% en compras al detal ya que los proveedores han dejado de vender con opciones de descuento y al mayor. ✓ Los plazos de pago a crédito se han acortado de 15 días a una semana y en otros casos hay que hacerlo desde noviembre 2014 de contado. ✓ La inseguridad en la zona se ha incrementado con el Hurto a los transeúntes. ✓ Ha iniciado y en escalada la economía informal en la zona con reventas de productos de la canasta básica y almuerzos. ✓ Ante la realidad la reposición de mercancía con el mismo proveedor no es frecuente. ✓ El número de mercancía que surten la Distribuidora no es fija. ✓ Los incrementos salariales repentinos afecta el presupuesto y planificación interna. ✓ Los cortes de luz han dañado algunos equipos por las variaciones de energía, a pesar de contar con reguladores. 	<p style="text-align: center;">ESTRATÉGIAS ADAPTATIVAS (MIN-MAXI)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gracias al posicionamiento en el mercado se buscará favorecer las alianzas con los proveedores y fijar acuerdos para la distribución de materiales de manera constante, asegurando la producción y permanencia del personal. • Ante la inseguridad que se ha estado dando en la zona y el incremento de los buhoneros informar oportunamente a los organismos competentes y generar alianzas entre los comerciantes para manejar un mismo criterio. • Para mantener el reconocimiento en el mercado y evitar las multas por mora e incumplimiento de las normativas Estatales se implementará el chequeo periódico de los documentos para revisar la fecha de vencimiento y visitas periódicas ante los organismos competentes para verificar el estatus de pagos. • Dada la remodelación del sistema eléctrico interno, se motivará la revisión periódica del mismo para favorecer la vida útil del mismo y evitar accidentes. 	<p style="text-align: center;">ESTRATÉGIAS DE SUPERVIVENCIA (MINI-MI)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ante la suspensión de servicio eléctrico o disminución del flujo de agua adquirir equipos plantas eléctricas y de bombeo de agua para almacenar, así como de reguladores de voltaje con los cuales se prevenga el deterioro de los equipos de trabajo y preservación del medio. • Realizar el pago de las multas colocadas por los incumplimientos un pago parcial si la cantidad es muy alta. • Indagar en el equipo de trabajo las situaciones internas y externas que estén generando las alteraciones en el clima organizacional para establecer soluciones. • Contar con una cartera de proveedores integral actualizada que permita resolver ante las situaciones de escasez.

Fuente: Elaboración Propia (2015)

Para comprender cómo se espera que el proyecto favorezca la realidad actual de Clima Organizacional autocrático en los establecimientos comerciales en la zona de estudio se presentó el cruce de la matriz FODA, donde desde una radiografía del nicho facilita la correlación entre las variables por medio de su cruce y las estrategias previas que aseguran la venta en el mercado cambiante dada la realidad país y la influencia en el mercado las estrategias de RSE.

5. Plan de Ejecución:

De estos impactos esperados, los locales comerciales tendrán a bien dada las sugerencias a desarrollarlo por fases:

- Primera fase: cumpliendo el objetivo 1 planteado por IDEA en la realización de un Balance Social (véase página 101) con miras a la incorporación de acciones de RSE de mayor repercusión ya que posee algunas de bajo perfil, los locales comerciales de Catia tienen:

Figura N° 6 Potencialidades de la oferta.



Fuente: Elaboración Propia (2015)

Ahora bien, se debe saber que estas organizaciones ante su estructura carecen de una línea de Responsabilidad social empresarial planificada y notoria al menos en los últimos 10 años, Estas tan solo han llevado a cabo

acciones aisladas en función a lo planteado por Instituto para el Desarrollo Empresarial de la Argentina (IDEA) en los **tres principios que indican una buena ciudadanía empresarial** y citando desde la realidad que presentan.

Cuadro N°10 Buena Ciudadanía Empresarial-Locales de Comida Tradicional (Catia-Caracas)

<p>1. Comportamiento Ético en los Negocios.</p>	<p>Según lo planteado por (IDEA), involucrarse en prácticas honestas y transparentes, establecer altos estándares de comportamiento para sus empleados y ejercer un control ético en los niveles ejecutivos y del directorio es una forma de actuar responsablemente y en los últimos años se ha observado que las organizaciones de Catia realizan acciones bajo esta línea en su mayoría, siendo reconocidas por el público en general y la clientela de esta forma.</p> <p>Esto queda en evidencia primeramente porque la organizaciones están sujeta a las normativas del Estado en cuanto al pago de impuestos al día, registro a los Entes correspondientes, pagos a los trabajadores en el tiempo y cantidades acordadas con ciertos excedentes, cuentan con una cartera de proveedores registrados en la Superintendencia de Precios Justos (RUPDAE), se cuenta con las supervisiones correspondientes de Sanidad, Ley del Trabajo, Bomberos, permisos, avisos de nuevas regulaciones y normativas sociales como las referentes a la Discriminación Racial, prohibición del consumo de cigarrillo o tabaco, así como el porte de armas en las instalaciones. Actualmente para apoyar a la campaña de la Banda Verde se está incorporando el uso en un 100% de bombillos de luz blanca.</p> <p>Ante lo planteado, se puede decir que estas ideas van en relación a lo propuesto por el Estado y son normativas que hay que cumplir ya que de lo contrario estas organizaciones fueran constantemente multadas; no obstante, existe una realidad en la zona de corrupción que para muchas de las organización sería sencillo el plegarse a esto, sin embargo, en su mayoría han mantenido una postura desde su creación de realizar los pagos y acciones que corresponde realizando los reclamos y denuncias cuando no se está de acuerdo con alguna resolución y acción.</p>
<p>2. Compromiso con los grupos de interés</p>	<p>Este Centro de Investigación (IDEA) plantea mantener un diálogo genuino que explicita los valores de una institución, por lo que las Organizaciones en estudio porcentualmente:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. la comunidad, invirtiendo en ella e impulsando una relación recíproca entre ésta y la corporación. <u>Sí se Observa un 10%.</u>

<p>(stakeholders):</p>	<ol style="list-style-type: none"> 2. los consumidores, respetando sus derechos, ofreciendo productos y servicios de calidad y proveyéndoles información verdadera y útil. <u>Sí se Observa 40%</u> 3. los empleados, promoviendo un entorno de trabajo amigable, involucrándose en una gestión de recursos humanos responsable, estableciendo un sistema de remuneraciones y recompensas equitativas, manteniendo con ellos una comunicación abierta e invirtiendo en el desarrollo de sus dependientes. <u>Sí se Observa 45%</u> 4. los inversores, brindando un adecuado retorno sobre la inversión. <u>Sí se Observa 20%</u> 5. los proveedores, involucrándose con ellos en prácticas de comercio transparentes. <u>Sí se Observa 60%</u> <p>Dentro de los puntos planteados se puede ver que la necesidad de las organizaciones van en función al trabajo interno, ya que más allá de las propuestas de apoyar en el plan Vacacional del Centro Educativo de la Zona de los Flores de Catia donde se motiva para enviar a los familiares de las empleadas y los pagos correspondientes a la Ley, no se evidencia otro elemento que favorezca a Estos en cuanto a RSE. Con respecto al resto de las variables, todas las acciones van en función a lo establecido por la ley más que por acciones concretas.</p> <p>Se sugiere: Generar una propuesta que involucre todas las aristas en un trabajo integrado entre comunidad, consumidores, empleados, inversores y promotores ya que se ha evidenciado dentro de los contenidos teóricos de las unidades de estudio porque esto favorece en la imagen organizacional, plantea una nueva cultura e impulsa en un 4% el clima organizacional.</p>
<p>3. Compromiso con el medio ambiente</p>	<p>Se sugiere que se lleve a cabo mostrando intenciones de desarrollo sustentable y moderando el impacto ambiental negativo que genera, a través de programas de reciclado, tratamiento adecuado de residuos, auditorías ambientales, etc.</p> <p>Ante lo sugerido, estas organizaciones realizan acciones concretas pero de bajo impacto en el favorecimiento al desarrollo sustentable, debido a que:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ciertamente se llevan a cabo los protocolos de usabilidad del capta grasa pero los desechos que este recolecta no son colocados en espacios adecuados, sino que se llevan a los vertederos y finalmente ocurre lo que no se quiere (la contaminación del agua) ya que se echan en los desagües cercanos de la calle. 2. Existe ante las campañas de ahorro de energía el uso de bombillos Ahorradores (Bombillos Leb), sin embargo esto no se usan en todas las áreas de las organizaciones ni su protocolo de desechos es el

	<p>adecuado (actualmente se están viendo afectados por la escases de los bombillos y el incremento de los mismos).</p> <p>3. Se cuenta con un sistema de extracción de Aire lo cual favorece la purificación del mismo y refrescamiento de las áreas de trabajo y servicio sin embargo no existe una cultura de mantenimiento periódico, sino que este se lleva a cabo cuando deja de funcionar o se concentra el humo en la sala de servicio.</p> <p>Ante tal situación es necesario, generar acciones concretas que favorezcan el desarrollo sustentable con las acciones existente y las propuestas que se deseen plantear, tales como:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Clasificación de los desechos Orgánicos e Inorgánicos. 2. Reutilización de artículos de Plásticos. 3. Re-direccionar los desechos del capta grasa y los bombillos led.
--	--

Fuente: Elaboración Propia (2015).

Segunda Fase: en relación al objetivo 2: *“permitir a la gerencia y el personal planificar las acciones orientadas a aumentar la productividad y eficiencia de sus trabajadores, y a efectuar un seguimiento del resultado de esas acciones”*.

Para incrementar la productividad desde un trabajo que favorezca el desarrollo sustentable, se plantean algunas acciones para el 2016 como fase 2, en cuanto al Cuadro N° 10:

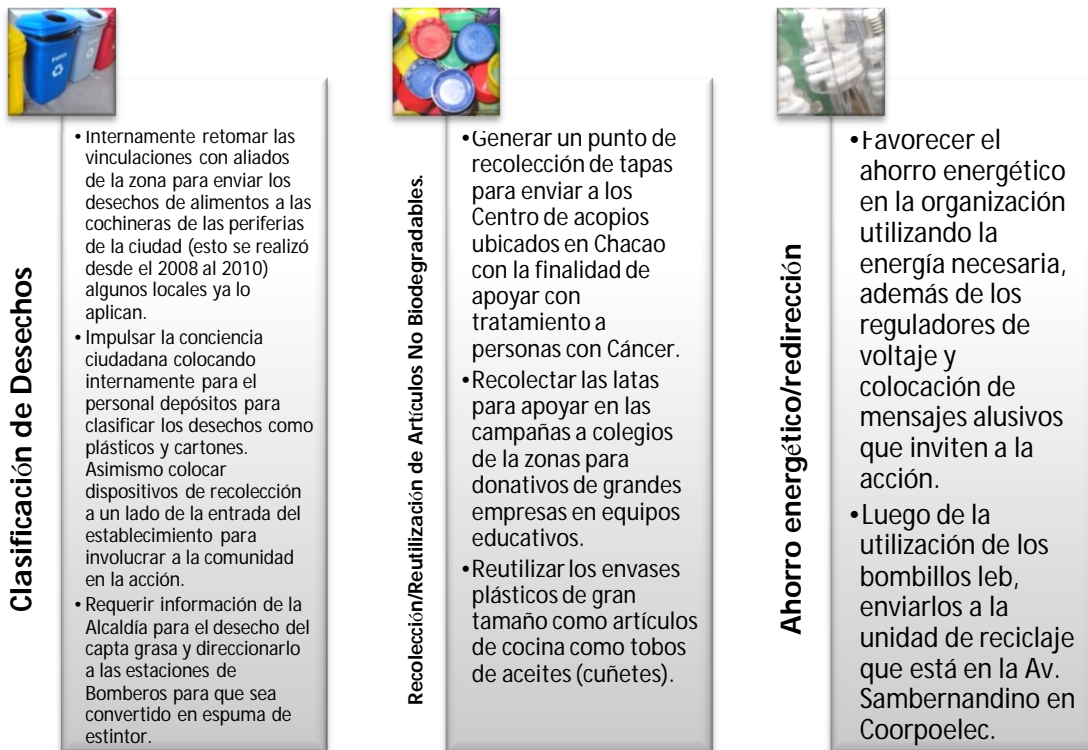


Figura N°7 Estrategias de Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

Ante la propuesta en estas tres áreas, solo se realizará una inversión en las cestas de basura con la señalización para reciclar, además de los gasto de envío o traslado de los desechos plásticos o del capta grasa a las unidades de Bomberos o los Bombillos a Coopoelec cuando estos se dañen. La inversión puede observarse en las siguientes tres (3) imágenes.



Imagen N°1. Lugar Referencial para compra de Contenedores



Imagen N°2. Lugar de Referencia para comprar Bombillos Leb



Imagen N°3. Lugar de Referencia para comprar Trampa Grasa

Se estima por tanto, que la inversión en la adquisición de los 3 pipotes para la entrada será de Bs 47289,00 más 12710,55 por concepto de costo por envío e impresión de la etiqueta con el signo de reciclaje y su clasificación. Gasto por flete de los desechos a sus respectivos lugares para reutilizar, se realizará un aporte de Bs 1.500,00 mensualmente, en la medida de lo posible la idea es buscar personas

claves que también se sumen a la causa para abaratar costos y re-direccionar esos desechos. Para costear esos gastos de transporte los papeles reciclados se llevarán a una fábrica de papeles la cual compra estos en 10Bs el Kilogramo, siendo así un aporte de en un 30% o hasta un 50% de disminución de los gastos y convirtiéndose en autosustentable parcialmente.

Tercera Fase: el tercer objetivo “disponer de información relativa a los talentos humanos de la empresa y sobre su relación con los sectores de la comunidad con los cuales ellos se vinculan, entre otras cosas, para poder informar adecuadamente a la opinión pública sobre su desempeño social”

Para esto se tomarán a los empleados como informantes claves, para conocer el estado de las comunidades de sus coterráneos además de generar los espacios para la vinculación a estos planes, además para el desarrollo de esta fase se propone utilizar los medios de la zona como las emisoras comunitarias en la que se favorecerá los canales comunicativos de las acciones de RSE realizadas externamente e internamente.

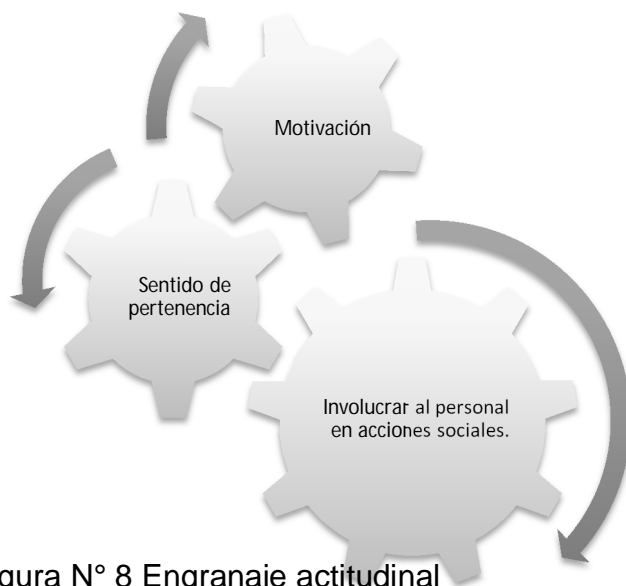


Figura N° 8 Engranaje actitudinal

La propuesta es favorecer la motivación, la cual conlleva al sentido de pertenencia dado el mejoramiento del clima organizacional lo cual está expuesto en la teoría de Brunet (2004), es lo que generaría que los empleados se involucren en acciones concretas con terceros desde la organización, observe la figura N° 7. Se estima que la

inversión a realizar sea de Bolívares Doscientos Diecisiete Mil Quinientos Cuarenta con cero céntimos (Bs 217.540,00) mientras se genera la cultura de RSE en las organizaciones y genere recompensa a inicio del segundo semestre, la

utilidad central será el reconocimiento del público el cual se captaría como potenciales clientes dada esta propuesta, además de los beneficios que la RSE genera dado lo expuesto en la justificación como el incremento del Clima Organizacional más que en un 4% como se planteó, este será más participativo.

Cuarta Fase: en esta última etapa, se desea actualizar políticas y programas relacionados con la responsabilidad social, ya que es un instrumento efectivo para medir y controlar las consecuencias, los costos y beneficios derivados de sus acciones. Se sugiere aplicar herramientas administrativas como cuadros de comando para monitorear el cumplimiento de los objetivos o fases, véase el cuadro N° 11:

Cuadro N° 11 Diagrama de Gantt

#	Actividades	Meses: Febrero– Agosto 2016							
		1	2	3	4	5	6	7	...
1.	Creación de Línea de Diseño y Logo para campaña de reciclaje, adquisición de Pipotes	■	■						
2.	Crear una línea de diseño para informar por las Redes Sociales.	■							
3.	Iniciar proceso de Creación de Página Web/Blog (Reserva de Dominio y Hosting).	■							
4.	Iniciar proceso de Diseño de Página e implementación de la campaña vía online y mercadeo social		■	■					
5.	Identificar en las Alcaldía las acciones con los desechos del Capta Grasa. Establecer acuerdos con la estación de Bomberos. Adquirir el Trampa Grasa			■	■	■			

6	Generar las vinculaciones con COOPOELEC y Centro de acopio de Tapas, además de las vinculaciones claves para los desechos (papel, latas, plásticos) y el matadero de cochino.								
7.	Poner en práctica las acciones acordadas.								...

Fuente: Elaboración propia (2016)

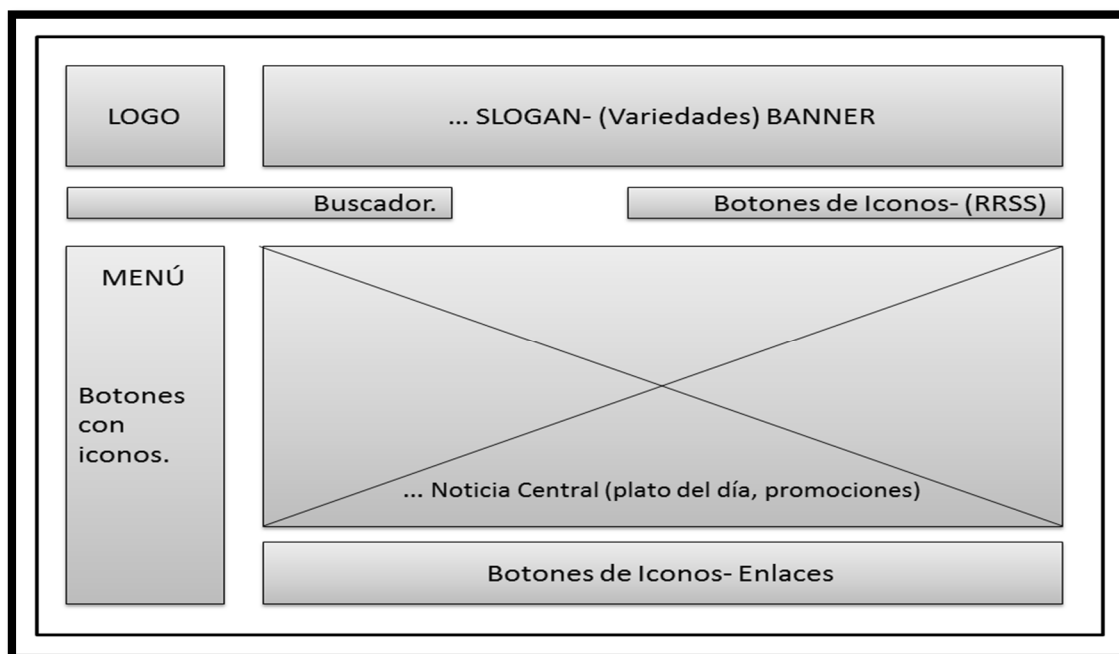


Imagen N° 4 Prototipo del Home de la Página Web/Blog para espacios de publicidad de RSE como estrategia de mercadeo social.

No solo se establecerán con imágenes las promociones sino también se sugieren mensajes de RSE de mercadeo social en cuanto a la campaña de reciclaje y uno de los botones de la barra inferior direccionará a Instituciones que brinden apoyos con acciones sociales concretas a nutrición y otro que muestre las acciones de la empresa en un diseño presentado en la imagen N°4.

Vale destacar que ante la evaluación financiera que estima una inversión inicial de Bolívares Trecientos Mil (Bs300.000,00), dado el costo presupuestado cierre de la tercera fase, existe un colchón de Bolívares Ochenta y dos mil cuatrocientos sesenta con cero céntimos (Bs 82.460,00) el cual queda en reserva o la inversión o mejora de la página web; sin embargo la acción realizada desde la creación de Redes Sociales y Blog son cero costo y se debe invertir solo en tiempo para mantener las cuentas a menos de querer llevarlo con acciones de contratación de personal especializado, esto ya queda a discreción de cada organización.