

República Dominicana

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA - UNIBE



Escuela de Dirección y Gestión Empresarial

Proyecto Final para optar por el título de Licenciado en Dirección y Gestión Empresarial

PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

EMPRESA:

ALMACENISTA INTERNACIONAL DEL CARIBE

SEPTIEMBRE- DICIEMBRE 2021

Realizado por:

Kamila Sabirova 19-0346

Pamela Polanco 19-0300

Asesora:

Rosa María Rijo Jiménez

Santo Domingo, D.N.

14 diciembre del 2021.

Los conceptos expuestos en la
Presente investigación son de la
Exclusiva responsabilidad de los
sustentantes de la misma.

TABLA DE CONTENIDO

	Página
INTRODUCCIÓN	11
 CAPÍTULO I	
1. Antecedentes y Referencias.....	12
1.1. Antecedentes.....	12
1.1.1 Título.....	12
1.1.2 Planteamiento del Problema/ Análisis de la Situación Actual.....	12
1.1.3. Justificación.....	15
1.1.4. Objetivos.....	16
1.1.4.1. Objetivo General.....	16
1.2. Revisión de Literatura y Estudios Previos.....	16
1.2.1. Naturaleza y Alcance del Problema en el Contexto Local.....	16
 CAPÍTULO II	
2. Generalidades.....	18
2.1. Generalidades.....	19
2.1.1.Descripción/ Historia.....	19
2.1.2. Principales Productos.....	20
2.1.3. Naturaleza de los Clientes.....	24
2.1.4. Proveedores.....	25

2.1.5. Competidores.....	29
2.2. Marco Organizacional.....	29
2.2.1. Estructura Organizacional	32
2.2.2. Definición de Puestos.....	33
2.2.3. Políticas y Procedimientos.....	34
2.2.4. Política de Responsabilidad Social.....	36
2.2.5. Código de Ética	36
2.2.6. Manual de Crisis.....	36
2.2.7. Informe de Sostenibilidad.....	37
2.3. Marco Legal.....	37
2.3.1. Registro Nombre y Actividad.....	37
2.3.2. Constitución.....	37
2.3.3. Reglamentos.....	39
2.4. Marco Estratégico.....	41
2.4.1. Grupos de Interés	41
2.4.1.1. Grupos de Interés externos.....	41
2.4.1.2. Grupos de Interés internos.....	41
2.4.2. Misión, Visión y Valores.....	42
2.4.3. Cultura Organizacional	42
2.4.4. Análisis de Materialidad	43
2.4.5. Modelo de Gestión Estratégica	44

CAPÍTULO III

3. Análisis Interno.....	46
3.1. Análisis de la Gobernanza de la Organización.....	46
3.2. Los Derechos Humanos.....	47
3.2.1 Debida Diligencia.....	47
3.2.2. Situaciones de Riesgo para los Derechos Humanos.....	47
3.2.3. Discriminación y Grupos Vulnerables	47
3.2.4. Derechos Civiles y Políticos.....	50
3.2.5. Derechos Económicos, Sociales y Culturales.....	50
3.2.6. Principios y Derechos Fundamentales en el Trabajo.....	50
3.3 Análisis de las Prácticas Laborales.....	51
3.3.1. Trabajo y Relaciones Laborales.....	51
3.3.2. Condiciones de Trabajo y Protección Social	51
3.3.3. Diálogo Social.....	52
3.3.4. Salud y Seguridad Ocupacional.....	52
3.3.5. Desarrollo Humano y Formación en el Lugar de Trabajo	53
3.4. Análisis del Medio Ambiente	53
3.4.1. Prevención de la Contaminación.....	53
3.4.2. Uso Sostenible de los Recursos	53
3.4.3. Mitigación y Adaptación al Cambio Climático.....	53

3.4.4. Protección del Medio Ambiente y Biodiversidad.....	53
---	----

CAPÍTULO IV

4. Análisis Externo.....	54
4.1. Análisis Prácticas Justas de Operación.	54
4.1.1 Anticorrupción.	54
4.1.2. Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales.....	54
4.1.3. Participación Política Responsable	54
4.1.4. Competencia Justa.....	55
4.1.5. Promover la Responsabilidad Social en la Cadena de Valor.	55
4.2. Análisis de Asuntos de Consumidores.....	55
4.2.1. Protección de la Salud y la Seguridad de los Consumidores.....	55
4.2.2. Consumo Sostenible.....	56
4.2.3. Servicio y Atención al Cliente, Resolución de Quejas.....	56
4.2.4. Protección y Privacidad de los Datos de los Consumidores.....	56
4.2.5. Educación y Toma de Conciencia.....	56
4.3. Análisis de la Participación con la Comunidad.....	57
4.4. Análisis de la Acción de Responsabilidad Social de la Competencia	57
4.4.1. Empresas Referentes en el Sector	57
4.5. Identificación de las Necesidades de la Organización	59
4.5.1. Elaboración y Aplicación de Instrumentos de Investigación	59

4.5.2. Documentación de Hechos, Situaciones, Eventos, Problemas, Oportunidades, etc.....	60
4.5.3. Análisis de la Información y Evidencias. Conclusiones	60

CAPÍTULO V

5. Diagnóstico de Responsabilidad Social.....	61
5.1. Diagnóstico de la Situación Actual. (Dofa).....	61
5.1.1. Análisis interno.....	61
5.1.2. Mapa de Procesos.....	62
5.1.3. Análisis de Sistemas, Políticas y Prácticas.....	62
5.1.4. Análisis Externo.....	62
5.1.5. Identificación de Grupos de Interés.....	63
5.1.6 Benchmarking Sectorial.....	63
5.2. Retroalimentación de la Empresa.....	64

CAPÍTULO VI

6. Plan de Responsabilidad Social Empresarial.....	65
6.1. Planificación Estratégica.....	65
6.1.1. Misión y Visión.....	65
6.1.2. Políticas.....	65
6.1.3. Requisitos Legales.....	65
6.1.4. Áreas y Ámbitos Prioritarios de Intervención.....	67
6.2. Planificación Operativa.....	68

6.2.1.Objetivo General.....	68
6.2.2. Objetivos Específicos.....	68
6.2.3. Metas a Alcanzar.....	69
6.2.4. Plan de Acción a Corto, Mediano y Largo Plazo.....	69
6.2.5.Responsabilidades.....	72
6.3.Implementación.....	73
6.3.1. Capacitación y Formación de Actores Aliados.....	73
6.3.2. Desarrollo Esquema de Control para Documentar.....	75
6.3.3.Definición de Cronograma de Implementación y Registro.....	77
6.4. Comunicación.....	79
6.4.1. Desarrollo de Estrategia y Plan de Comunicación.....	79
6.4.2. Informe de Sostenibilidad.....	80
6.5.Seguimiento y Medición.....	87
6.5.1. Definición de Indicadores.....	87
6.5.2.Desarrollo del Plan de Seguimiento y Monitoreo.....	88
6.6. Revisión y Mejora.....	88
6.6.1.Revisión por la Dirección.....	88
6.6.2. Realizar Ajustes y Mejoras.....	88

CAPITULO VII

7. Alineación Estratégica.....	90
7.1.Presupuesto vinculado al plan de Responsabilidad Social Empresarial.....	90

7.2. Análisis de retorno sobre la inversión (Beneficios).....	94
7.3. Alineación Personal	95
7.4. Mapa Estratégico.....	97
CAPITULO VIII	
8. Conclusiones y Recomendaciones.....	98
8.1. Aspectos concluyentes.....	90
8.2. Recomendaciones.....	99
BIBLIOGRAFÍA.....	100
ANEXOS.....	101
Anexo A: Modelo puntos de acopios.....	101

Resumen ejecutivo

Almacenista Internacional Del Caribe (ALINCA SRL) es una empresa importadora que tiene más de 35 años brindando sus servicios de distribución de productos a la comunidad dominicana. Su función principal es vender productos extranjeros y nacionales de primera necesidad, como las frutas, plásticos y entre otros. Estos cuentan con una alta calidad, una amplia cartera de clientes y un buen posicionamiento en el mercado. No obstante, a pesar de tener esas fortalezas en su área, posee varias debilidades, tales como el desarrollo profesional de sus colaboradores, definición de políticas y relacionamiento con la comunidad y el medioambiente.

La empresa Almacenista Internacional del Caribe (ALINCA SRL), actualmente no tiene política de Responsabilidad Social Empresarial, ya que sus directivos no consideran que esta sea relevante para la empresa, lo que les ha dado oportunidad a sus competidores para posicionarse mayor en el mercado en temas de sostenibilidad.

Tomando en cuenta estas debilidades, en el presente trabajo se realizó el estudio a la empresa con el objetivo de diseñar un Plan de RSE basado en una política aplicable a la administración de la empresa el cual incluye diversas iniciativas para fortalecer la gobernanza y relación con sus grupos de interés, las cuales estarán enfocadas en 5 pilares: comunidad, medio ambiente, educación, diversidad y salud. Estos le permitirán a la empresa iniciar su camino hacia el desarrollo sostenible.

Se inició con una investigación donde se examinó el entorno de la empresa y aspectos claves como: el nivel de RSE dentro de la administración de la empresa, mediante la autoevaluación; además se aplicó un estudio documental de levantamiento de información de reglamentos y políticas internas utilizadas como fuentes de referencia.

Con la recolección y procesamiento de estos datos, se establecieron las principales causas por la cual la empresa Almacenista Internacional del Caribe necesita la implementación de un Plan RSE, y a base de esto se diseñó un plan abordando las problemáticas halladas, con el fin de que la organización cuente con una guía que le permita iniciar el cambio de administración hacia un camino socialmente responsable. A partir de esto, se diseñó el Plan de RSE para Almacenista Internacional Del Caribe (ALINCA SRL) con una visión, misión, principios definidos, reales y alcanzables; con el desarrollo de políticas que serán aplicables a la gestión basadas en un objetivo general y 7 objetivos específicos, cada uno de estos ligados con sus

acciones y ligados a 9 indicadores cual permitirá a la empresa verificar los avances en la consecución de todas las metas planteadas. Finalmente, se concluye que el éxito del Plan RSE diseñado dependerá del compromiso de la alta gerencia y como este asuma el apoyo a todas las propuestas y logre la correcta implementación interna para lograr mejorar la calidad laboral de sus empleados, comunidad y compromiso sostenible de la empresa.

Introducción

El desarrollo de la sociedad y la globalización han incrementado la exigencia social hacia un comportamiento empresarial más responsable y comprometido hacia sus colaboradores. Con el paso del tiempo la mentalidad de los empresarios ha ido cambiando, al ser amenazados por la globalización de la economía que atravesamos. Por lo cual hoy en día los altos directivos insertan la responsabilidad social empresarial en cada rincón de la empresa para conseguir que los colaboradores asuman el desafío y que esta filosofía no sólo pertenezca a las grandes empresas, sino también a las medianas, pequeñas y micro empresas.

Este tema cada día cobra mayor importancia, desde sus inicios en la década de los 50, época en donde las organizaciones empezaron a responsabilizarse por el surgimiento de un nuevo modelo de empresa, caracterizado por darle importancia a los intereses y no solo de dueños y accionistas, sino también de todos los grupos de interés, y gestión ética con la sociedad. Con ello se pretende brindar mejor educación a la sociedad, un buen trato laboral, respecto a los derechos humanos, lucha anticorrupción y protección del medio ambiente.

En el presente proyecto se trabajará con la empresa Almacenista Internacional del Caribe (ALINCA), una empresa que tiene más de 35 años ofreciendo servicios de importación, distribución y venta de productos al pueblo dominicano tanto nacional como internacional. Esta se caracteriza por ser una empresa mediana que comercializa con otras para la distribución de los productos importados, tales como los plásticos y frutas, abasteciendo el mercado dominicano. En este proyecto final se presentarán alternativas para que la empresa mejore su posicionamiento en el mercado, fortalezca su gobernanza y la relación con sus grupos de interés con la implementación de un plan de Responsabilidad Social Empresarial, logrando generar con este un valor compartido y contribuir con el desarrollo sostenible. Este plan de Responsabilidad Social Empresarial será presentado mediante el desarrollo de este proyecto, con el fin de incentivar y sensibilizar a los directivos y colaboradores de la empresa sobre temas de sostenibilidad y que a su vez está obtenga un mejor posicionamiento en el mercado y pueda convertirse en una empresa comprometida con el desarrollo sostenible.

1. ANTECEDENTES & REFERENCIAS

1.1. Antecedentes

1.1.1. Título

Plan de responsabilidad social para la empresa ALINCA (Almacenista Internacional del Caribe) Septiembre – Diciembre 2021, Santo Domingo, Distrito Nacional.

1.1.2. Planteamiento del problema / Análisis de la situación actual

El término “Responsabilidad Social” se comenzó a utilizar de forma generalizada a comienzos de la década del 1970, aunque las organizaciones y el gobierno ya realizaban algunas acciones que eran consideradas como la responsabilidad social. Anteriormente la Responsabilidad Social se centraba principalmente en realizar filantropía, de una forma no planificada y sin tener relación alguna con la estrategia del negocio de la empresa, sin embargo esta se fue evolucionando hacia la inversión social y posteriormente a la Responsabilidad Social donde se genera un valor compartido y se busca desarrollar iniciativas de triple impacto. Es por esto que en ocasiones se confunde el término de responsabilidad social con la filantropía, está de acuerdo al diccionario, significa el amor por la especie humana y a todo lo que la humanidad respeta, expresada en ayuda desinteresada a los demás. Por lo tanto cuando una empresa destina parte de sus recursos en favor de alguna acción en concreto que mejore las condiciones de vida de la comunidad se menciona que es una empresa socialmente responsable. Estas acciones de entregar un donativo a alguna causa particular son conocidas como acciones filantrópicas y estas pueden ser realizadas tanto por personas como empresas.

En estos tiempos de crisis económica y financiera, las ONG y las empresas se han convertido en proveedores de muchos servicios que solían ofrecer el gobierno, en especial en los países que los gobiernos han enfrentado desafíos o restricciones serias que han generado que estos no pudieran proveer servicios en áreas tales como la salud, educación y bienestar. Estas crisis tienen un impacto significativo en los grupos más vulnerables lo cual sugiere mayor necesidad de la responsabilidad social.

La responsabilidad social en República Dominicana es observada por las organizaciones tanto multinacionales como las organizaciones establecidas a nivel nacional. En muchos casos, las empresas multinacionales la tienen solamente de prestigio, ya que no llevan a cabo actos en beneficio de la sociedad y de los grupos sociales a las que afectan en el sentido, ya sea ambiental, social, personal o económico. Evidentemente hemos avanzado bastante en el tema de responsabilidad social y la gran parte de las organizaciones han concientizado el problema y cada vez tienen más conocimientos acerca del tema, sin embargo aunque estas empresas se ven interesadas y entusiasmadas por los beneficios que la Responsabilidad Social Empresarial presenta, muchas de estas organizaciones se escudan en que el aporte más importante que estas contribuyen a la República Dominicana viene siendo los empleos directos que producen.

Como podemos ver la responsabilidad social es básicamente la actividad que hacen las empresas para hacer su aporte a la sociedad, gracias a esta las empresas se involucran en actividades que ayudan a mejorar la situación tanto social como ambiental de nuestro país. Es necesario también contribuir con la preservación del medio ambiente, y tratar de alinear esas actividades con la estrategia de negocios, generando valor para las empresas a través de la inversión social y el cuidado del medio ambiente.

Podemos ver como actualmente existen diversos factores ambientales provocados por los seres humanos que nos afecta negativamente, tales como:

Residuos sólidos:

Actualmente República Dominicana cuenta con 348 botaderos de basura y tres vertederos a cielo abierto controlados, los cuales reciben diariamente un aproximado de 7,891 toneladas de residuos según programa realizado por la Agencia de los Estados Unidos para el desarrollo internacional. Cabe destacar que actualmente existe una generación excesiva de residuos sólidos que produce altos niveles de contaminación en nuestro país causando que las cuencas hídricas fueran las más afectadas, ya que son los principales depósitos de residuos industriales, los cuales afectan grandemente a nuestro medio ambiente y a todos los dominicanos.

Reciclaje de Residuos sólidos:

Actualmente el reciclaje en República Dominicana se da de una manera informal por parte de los recicladores en las calles que venden sus materiales reciclables hacia las empresas que valorizan los reciclables a la hora de elaborar sus productos o exportarlos al extranjero. Cabe destacar que en República Dominicana no existen los suficientes puntos de reciclaje, causando que estos buzos que usualmente reciclan dejan los desperdicios que no le funcionan esparcidos en la acera o en diferentes espacios generando contaminación en muchos lugares. Esto genera deficiencias en el sistema de recolección , por el hecho de que queda la basura se necesitará más tiempo y recursos para recolectarla, por lo que es importante sensibilizar a la sociedad sobre la importancia del reciclaje y la separación de residuos desde el origen e incorporar más puntos de reciclaje o centros de acopio.

Como podemos ver la responsabilidad social es una gran oportunidad para que las empresas puedan poner de su parte y ayudar a la sociedad dominicana, es por esto que se considera de suma importancia que estas tengan un departamento dedicado a esto, ya que les permitirá conectar a la empresa con la sociedad dominicana, le permitirá abrir un camino diferente hacia nuevos clientes, nuevas perspectivas que a la misma vez mejoran su posición en el mercado, esta le permitirá que la empresa pueda apoyar a la sociedad y a la misma vez obtener beneficios para la empresa con estos actos.

Cabe destacar que esta trae consigo también una serie de beneficios para los procesos de la empresa, ya que mejora la convivencia, el clima laboral y manejo de recursos dentro de esta. Se puede ver que con las investigaciones realizadas por Alianza ONG (empresa consultora) de una muestra de 71 empresas a nivel nacional el 25% de estas poseen un alto grado de adopción de responsabilidad social empresarial y el 28% están en camino hacia esto, implementando conceptos y métodos de trabajo de empresas RSE, con esto se demuestra que la mayoría de empresas están implementando departamentos y métodos del departamento de RSE, no obstante aún faltan muchas cosas por implementar para lograr que RSE sea una realidad en República Dominicana pero se puede ver que esta se ha ido desarrollando cada vez más, ya que las empresas van adquiriendo mayor responsabilidad para lograr tener un país que sea sostenible en todos los aspectos.

1.1.3. Justificación

La responsabilidad social tiene a la organización como su centro de interés y concierne a las responsabilidades de una organización respecto de la sociedad y el medio ambiente, está estrechamente ligada con lo que es el desarrollo sostenible. Por lo tanto, el objetivo primordial de una organización socialmente responsable es contribuir al desarrollo sostenible.

Aunque el tema de la Responsabilidad Social se va desarrollando a lo largo del tiempo y cada vez más empresas toman la conciencia de la importancia del tema y se interesan en hacer nuestro país más sostenible, todavía en la República Dominicana hacen falta muchas cosas que deberían ser implementados con el fin de que la Responsabilidad Social Empresarial se convierta en una realidad en el país. Las organizaciones tienen que servir de ayuda y protección para desarrollar las comunidades, siempre adaptándose y favoreciendo los principios éticos para el bien común. De esta forma todos estarán beneficiados a través de un acuerdo que produzca una relación fuerte entre todos los stakeholders.

Tomando en cuenta que la RSE se debe incorporar dentro de la empresa, orientando a sus preocupaciones inicialmente por el bienestar de los trabajadores, por la productividad, por el clima laboral, desarrollo personal y entre otros. Para el presente trabajo, el diseño del Plan de RSE para ALINCA SRL se ha enfocado en el desarrollo de una herramienta de gestión que garantice las condiciones laborales en la empresa, mejore la relación con los stakeholders primarios internos y a la misma vez le permita contribuir a la preservación y desarrollo sostenible del medio ambiente mientras se genera un crecimiento económico sustentable para la organización. Esto ayudará que tanto a las empresas como al país a tener un desarrollo sostenible, marche de una mejor manera y puedan colaborar para una sociedad justa e igualitaria.

1.1.4. Objetivos

1.1.4.1. Objetivo general

Diseñar un plan de Responsabilidad Social empresarial para la empresa ALINCA SRL que le permita fortalecer la gobernanza y el relacionamiento con sus grupos de interés, generando valor compartido y contribuyendo con el desarrollo sostenible del sector terciario.

1.2. Revisión de literatura y estudios previos

1.2.1. Naturaleza y alcance del problema el contexto local

En las últimas décadas se ha generado la globalización de los bienes y servicios y como consecuencia han surgido debates acerca de si debiera existir una relación entre las empresas y una sociedad consciente de que las acciones empresariales generan consecuencias ante los grupos de interés. En la actualidad son cada vez más organizaciones que implementan políticas de RSE, dado que este tema se ha transformado en uno de los más importantes en el mundo de negocios y académicos.

Hoy en día en la República Dominicana la RSE es mayormente contemplada por las empresas multinacionales. Es cierto que este tema ha avanzado y que la mayoría de las organizaciones tienen conocimientos sobre este tema, no obstante algunas de estas se escudan en que el beneficio principal que estas aportan al país son los empleos directos que generan. Son una minoría de las organizaciones que adoptan políticas de responsabilidad social. Se puede ver que RD necesita la integración de todos los sectores en donde se desenvuelve y desarrolla la empresa, es decir la empresa debe servir de herramienta de apoyo para las comunidades, grupos sociales, principios éticos, morales y donde se desarrollan propuestas para el bien de todos.

No obstante, a pesar de que las empresas dominicanas están adquiriendo políticas de RSE, no soluciona la problemática que tiene el país debido a su mal manejo de residuos sólidos.

En República Dominicana hay un alto nivel de contaminación debido a:

- Desperdicios en las vías públicas.
- Falta de regularidad en la recolección de los residuos.

- Falta de educación ciudadana para clasificar los desperdicios según su naturaleza.
- Ausencia del sistema de clasificación y reciclaje de residuos en los vertederos y rellenos sanitarios.

La disposición de los desperdicios es un tema que preocupa no solo el Gobierno Central sino también a los gobiernos locales, sin embargo todavía no se ha logrado resolver este problema completamente.

En el año 2000 se había promulgado la Ley General número 64-00, la cual se orienta a la protección de los recursos naturales, el Medio Ambiente y etc. Por otro lado se promulgó la ley número 176-07, del Distrito Nacional y los Municipios. Esta establece la preservación del medio ambiente, la gestión de los residuos sólidos, la recolección y disposición final de residuos sólidos.

Según los estudios que realizó el Programa de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional, en República Dominicana se encuentran 348 botaderos de basura y 3 vertederos semicontrolados, estos a su vez reciben una producción global diaria de 7,891 toneladas de residuos.

Según el diagnóstico realizado en 2012 por el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales, en el país hay un vertedero por cada 136 kilómetros cuadrados.

Según el diagnóstico hecho por el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales en 2003, los lugares que están más contaminados en el país vienen siendo los siguientes:

- Santo Domingo
- Santiago
- La Vega
- San Pedro de Macorís
- Monseñor Nouel
- La Romana

El vertedero de Duquesa recibe un promedio de 3,750 toneladas de basura de manera diaria. Según el director del puerto Sansouci, Jaime Castillo Jorge, demasiada basura arrastra el río Ozama hasta el Puerto Don Diego por los que el desarrollo de turismos se mantiene estancado en la capital de la República Dominicana. Cabe destacar, que se deben invertir alrededor de 80

millones de pesos en el dragado en casos de que barcos de gran calado sean capaces de atracar en este terminal marítimo.

Respecto a los programas implementados en el país podemos destacar a la “Basura Cero”, lo que viene siendo un concepto de vida urbana sostenible y tiene el propósito de abordar el manejo de la basura de una manera ambientalmente amigable.

En 2015 dieron inicio al plan que consiste en el manejo integral de residuos sólidos entre el vertedero de Duquesa y el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales.

La Oficina del Ordenador Nacional para los Fondos Europeos de Desarrollo (ONFED) ejecuta el Programa de Cooperación Descentralizado en Saneamiento Ambiental en Barrios Marginales de Santo Domingo (SABAMAR), el programa recolecta los residuos sólidos en 16 barrios carenciados de la ciudad.

Tanto el gobierno, el Ministerio de Medio Ambiente como los ciudadanos han colaborado para resolver estos problemas y poder recolectar de manera adecuada los residuos y realizar la disposición final correcta de los desechos sólidos en el país con el propósito de proteger nuestro medioambiente. Hay proyectos que han iniciado para mejorar la situación actual, estos han aportado y ayudado bastante, sin embargo todavía falta mucho por hacer y por lo cual la empresa ALINCA aprovechara esto para aportar al desarrollo sostenible y ambiental de nuestro país conjunto a todas esas iniciativas que actualmente se desarrollan.

2. GENERALIDADES

2.1. Generalidades

2.1.1. Descripción/historia

Almacenista Internacional del Caribe (ALINCA), inició sus labores en 1989, como centro comercial Los Polancos, localizada en la Av. Duarte N.531, esta fue fundada por el Sr. Juan Pablo Polanco, un empresario joven con una visión de diversificar los productos que existían en nuestro país. En sus inicios la empresa comenzó sus labores con pequeñas cantidades de empleados en las cuales se enfocaban en los procesos internos de la empresa y en los procesos externos de distribución de mercancía.

Tras la evolución de los mercados, centro comercial Los Polancos obtuvo una alta demanda y aceptación por el mercado de bienes y consumos, lo cual le permitió tener la oportunidad de

seguir expandiéndose hacia una mayor diversidad de los productos importados y de expandir todas sus áreas administrativas y de distribución. Dado a esto en el 2011 surgió el cambio de nombre de Centro Comercial los Polancos a Almacenista Internacional del Caribe (ALINCA), un nombre que ya caracterizaba a la empresa y la volvió más formal. A partir de esto la empresa fue destacándose en las ventas de productos importados, como los productos desechables, frutas y entre otros; convirtiéndose en unos de los mayores suplidores dominicanos hacia las bodegas, supermercados y almacenes por todo el territorio nacional, permitiéndole obtener mayor experiencia en el mercado, mejorando su imagen y posición en el mercado de consumo y bienes.

Hoy en día ALINCA se ha mantenido en constante crecimiento, adaptándose de manera eficiente a los cambios del mercado, esta ha desarrollado estrategias de costos que le han permitido poder mantenerse en una buena posición en la mente de todos sus consumidores, ya que esta viene siendo la mejor opción en cuanto a precios y cantidades. Esta ha desarrollado promociones y vallas publicitarias en las cuales ayudan a que su marca se dé a conocer. A pesar de las situación que vivimos actualmente con la pandemia del Covid-19, esta ha logrado mantenerse en el mercado y ha manejado la crisis, por lo que, a pesar de las circunstancias pudo satisfacer a todos sus consumidores, mediante la implementación de las medidas sanitarias, procesos especiales para la distribución de la mercancía y entre otros.

Esto ha generado que ALINCA mejore su posicionamiento y también se ha convertido en una empresa que es capaz de adaptarse a cualquier situación que se le presente. Dado a esto se puede ver que ALINCA posee ventajas significativas para la aplicación de RSE. La incorporación de la RSE implantará una nueva visión, misión y objetivos obteniendo un enfoque diferente sobre su actividad, promoviendo la modernización y adaptación de las relaciones laborales y fomentando a la vez el desarrollo del personal, laboral y social de todos los empleados.

A su vez, a través de un programa de RSE, ALINCA obtendría un incremento de ventas, alto posicionamiento y mejora de relación entre empresa-comunidad. La empresa tendrá un balance económico y social, ya que esta se enfocará en la visión de acuerdo a su capacidad gerencial, respuestas de stakeholders, permitiendo afinar lo que constituye en la sociedad ante la cual se va hacer responsable.

2.1.2. Principales productos de importación

Marcas y productos que importa ALINCA.

Frutas:

Manzanas rojas, verdes, amarillas y entre otros tipos. (Usualmente estas son las marcas).



Uvas rojas, verdes y negras (usualmente estas son las marcas).















Plásticos Desechables:

Carvajal empaques.



Productos que importa ALINCA de Carvajal Empaques:

<u>Plato N.9</u>	
<u>Plato N.8</u>	
<u>Plato n. 6</u>	
<u>Bandeja 8x 8</u>	
<u>Bandeja 6x 8</u>	
<u>Cucharas</u>	

<p><u>Tenedores</u></p>	
<p><u>Vaso n.12</u></p>	
<p><u>Vaso n. 16</u></p>	
<p><u>Vaso n.10</u></p>	

(Fuente: Catálogo de productos proveídos por la empresa ALINCA SRL.)

2.1.3. Naturaleza de los clientes

ALINCA es una empresa que lleva bastante tiempo desarrollando todas sus funciones en el mercado de bienes y consumo, dado a esto la empresa ha obtenido una gran cantidad de clientes fieles tanto como minoristas como mayoristas.

Sus principales clientes son los mayoristas y minoristas que se caracterizan por vender productos a otras empresas, estos también se caracterizan por vender productos importados y productos de la canasta básica.

Sus clientes se caracterizan por ser de un nivel socioeconómico: B, B-, C.

La mayoría de estos residen en las zonas, tales como:

- Santo Domingo
- Santiago
- San Cristóbal
- Baní
- La romana
- Azua
- Barahona
- Boca Chica
- San Juan
- La Vega
- San Francisco de Macorís

Los clientes a los que se enfoca ALINCA generalmente suelen vender los productos a bodegas, supermercados, restaurantes y puntos estratégicos del mercado.

Tipos de clientes que se dirige la empresa son:

- Supermercados.
- Almacenes de provisiones.
- Ministerio de Educación/ Gobierno dominicano.
- Colmados.
- Importadoras.
- Plazas comerciales.
- Restaurantes.
- Empresas.
- Hoteles.
- Vendedores ambulantes.
- Fundaciones.

2.1.4. Proveedores

Los proveedores son conocidos como las unidades de negocios que ofrecen servicios a terceros que son fundamentales para la distribución de los productos terminados. Algunos suplidores de la empresa que permiten que todas las actividades de la empresa se realicen exitosas son:

Proveedores funcionales:

- Mecánicos de automotriz:

Personal encargado del mantenimiento de las flotillas de camiones de la empresa. Cabe destacar que estos cuentan con todos los conocimientos necesarios, herramientas y piezas que permitirán que la flotilla se mantenga en óptimos estados permitiendo que dicha empresa siempre pueda brindar todas sus funciones a sus clientes.

- Técnicos de refrigeración:

Personas encargadas de arreglar y dar mantenimiento a los cuartos fríos de la empresa. Se destaca que este personal cuenta con todos los conocimientos para que los cuartos fríos puedan siempre tener un excelente estado que permitirá que la empresa esté siempre apta para la distribución de sus productos con alta eficiencia y alta calidad.

- Programadores de Sistemas:

Personas que brindan el servicio a la empresa, ofreciendo el mantenimiento del sistema, corrección de todos los errores, estos también ayudan a que la empresa cumpla con todos los procesos estándares demandados por el gobierno para la facturación, eficientizando todos sus procesos internos.

- Servicios aduaneros:

Personas que ofrecen todo en torno a los servicios aduaneros que permiten que toda la mercancía pueda llegar en óptimo estado, al tiempo debido y de que se paguen todos los impuestos correspondientes. Estas personas son fundamentales, ya que permiten que la empresa siempre pueda tener todos sus productos a tiempo y los impuestos de estos al día.

Proveedores Internacionales:

- Carvajal Empaques:

Empresa localizada en Perú, elabora una serie de variedad de plásticos que vende y distribuye a nivel internacional, esta empresa se caracteriza por tener varios centros de operaciones en diferentes países, tales como: Estados Unidos, Chile, Colombia, y entre otros. De este suplidor la empresa obtiene todos los productos desechables.



- Sunview Grapes:

Empresa estadounidense, la cual cuenta con más de 60 años en el mercado, se caracteriza por vender productos (frutas) a nivel internacional. Estos usualmente son los que le suplen a la empresa las uvas rojas, verdes, peras y otros frutos.



- Northern Fruit Company:

Empresa estadounidense que se dedica a la venta de frutas, se caracteriza por poseer varios viñedos sembrados con diferentes tipos de árboles de los cuales distribuyen a nivel internacional. Estos suplen tanto a minoristas como mayoristas internacionales. De este proveedor la empresa obtiene lo que son las manzanas verdes, manzanas rojas, melocotón entre otros.



- Tamosa:

Empresa localizada en San Salvador, esta se caracteriza por las ventas mayoristas de plásticos a nivel internacional. De este suplidor la empresa obtiene los productos mayormente desechables como las bandejas, vasos, cubertería entre otros.



Proveedores nacionales:

- Distrimax:

Es una empresa dedicada a lo que es la importación y distribución de la confitería y productos que son del hogar, este distribuye de manera nacional a los supermercados, almacenes y cadenas de tiendas. De este proveedor se suelen obtener algunos productos que se traen solo en la temporada navideña.



- H & A 5 estrellas:

Empresa dominicana que se dedica a la fabricación, exportación, importación y ventas de bebidas. Esta suele distribuir todos sus productos a nivel nacional. De este proveedor se adquieren los productos de temporada navideña.

- Casa Celestino Genao SRL:

Empresa dominicana que se dedica a comercializar provisiones al mayor y al detalle, está distribuyendo todos sus productos a nivel nacional. De este proveedor la empresa suele comprar lo que son las especias.

2.1.5. Competidores

En cuanto a los competidores ALINCA tiene competidores directos e indirectos. Estos competidores desempeñan las mismas funciones de importación y distribución de productos importados.

Los competidores directos son empresas del sector de consumo en las cuales venden productos similares o iguales que la empresa ALINCA.

Tales como:

- Rh Mejía:

Empresa dominicana, fundada en el 1993, la cual se caracteriza por la distribución masiva de frutas a nivel nacional. Esta se localiza en la calle José Contreras N.66, Santo Domingo, Distrito Nacional.

En cuanto a los productos que venden están:

- Manzanas.
- Peras.
- Uvas rojas y verdes.
- Limones.
- Naranjas y entre otros.



- Polyplas:

Empresa dominicana, fundada en 1966 y se dedica a la transformación de resinas plásticas y amplio portafolio de productos que son exportados de RD a Centroamérica y Estados Unidos. Está localizada en la calle Aníbal de Espinosa N.301, villas agrícolas, Santo Domingo, República Dominicana.



En cuantos a los productos que venden están:

- Botellas para envasar.
- Químicos de limpieza.
- Productos del sector automotriz.
- Productos de cuidado personal.
- Productos área farmacéutica.

- Termo Envase:

Empresa dominicana, fundada en el 1992 con el objetivo de suplir toda la demanda del mercado de los productos desechables. Esta se localiza en el KM 5 ½, autopista 30 de mayo, Santo Domingo.



TERMO ENVASES, S.A.

En cuantos a los productos que venden están:

- Bandejas.
- Platos.
- Vasos/ envases.
- Cubertería.
- Sorbetes.
- Papel/ servilletas y entre otros.

En cuanto a *los competidores indirectos*, estas empresas venden productos similares a mayor escala pero con gama más amplia y llegando a diferentes mercados.

Dentro de este se encuentran:

- Grupo Ramos:

Empresa dominicana, que está enfocada en las ventas de productos masivos al territorio nacional, estos cuentan con varios supermercados en el país. Esta empresa se localiza en Av. Winston Churchill, esq. Ángel severo Cabral, Santo Domingo, Distrito Nacional.





Estos vende productos como:

- Productos de primera necesidad (aceites, arroz, habichuelas, vegetales entre otros).
- Productos de belleza
- Electrodomésticos
- Muebles.

- Hipermercados Jumbo:

Empresa que se caracteriza por vender sus productos a nivel nacional tanto como masivo o en mínima cantidad. Está localizada en la Av. Luperón, esq. Gustavo Mejía Ricarte, Santo Domingo.

JUMBO®

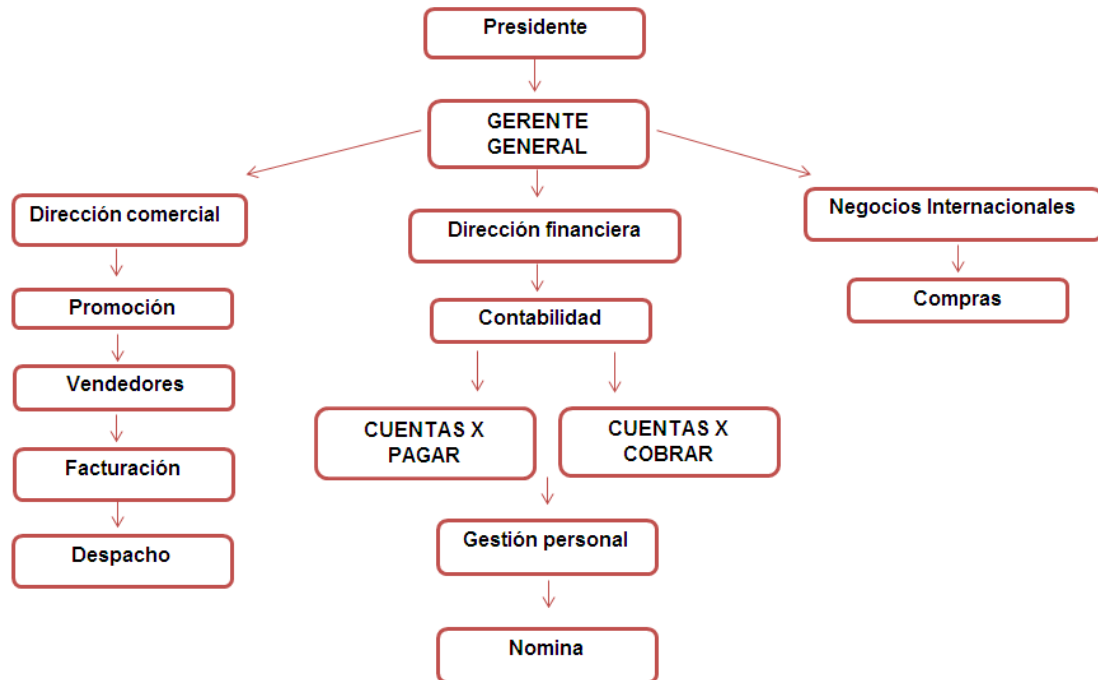
Estos vende productos como:

- Productos de belleza
- Productos de primera necesidad
- Decoraciones para el hogar
- Desechables
- Todo tipo de alimentos entre otros.

2.2. Marco Organizacional

2.2.1. Estructura organizacional

A continuación se muestra la estructura organizacional que posee actualmente la empresa:



Fuente: organigrama proveído por la empresa ALINCA SRL

2.2.2. Definición de puestos

Almacenista Internacional del Caribe cuenta con una estructura organizacional lineal, la cual se basa en el principio de la jerarquía. Se puede observar que esta se encabeza por el presidente (CEO) de ALINCA, que está en la parte superior. Este se encarga de todas las funciones relacionadas con alta gerencia, tales como hacer las negociaciones, contrato de la empresa, supervisar al gerente general, este se encarga de tomar la última decisión y de autorizar todas

las decisiones que tiene a tomar el gerente, este se caracteriza por ser el inversionista mayoritario e propietario.

Luego de este lo sigue el Gerente General, el cual se encarga de supervisar a todos los colaboradores, se caracteriza por ser el que brinda el mayor soporte al presidente en todas las áreas de la empresa, este se encarga de velar por que todas las tareas y funciones de la empresa sean cumplidas satisfactoriamente, al mismo tiempo este tiene pautas de dirección con sus obligaciones hacia la empresa, debe asegurarse que los márgenes de utilidad sean beneficiosos, otras de sus funciones son velar por el cumplimiento de la misión, visión y valores de la empresa.

Luego como se puede ver están los tres diferentes departamentos:

- Dirección comercial:

En este departamento se realiza todo respecto a la promoción, ventas, manejo de vendedores, facturación y logística. Este es de suma importancia, ya que es un elemento fundamental para que la empresa pueda desarrollar todas sus funciones de una manera eficiente.

- Dirección financiera:

En este departamento se procesa todo lo relacionado al área financiera de la empresa. Este maneja la contabilidad, las cuentas por cobrar y por pagar, la gestión de personal, nómina, tesorería, entre otros. Cabe destacar que la empresa no cuenta con un departamento de recursos humanos por lo cual la dirección financiera es la que maneja todo lo relacionado a la relación laboral de los colaboradores.

- Negocios internacionales:

En este departamento se negocian todos los contratos para la importación de productos internacionales. Se hace la compra de estos productos que son necesarios para la empresa, y se realiza todo lo que tiene que ver con las negociaciones entre nuestros suplidores extranjeros y la empresa.

Los departamentos mencionados anteriormente se encargan de velar por el funcionamiento eficiente de todas las áreas de la empresa.

2.2.3. Políticas y procedimientos generales de la empresa

- Proceso de RRHH y reclutamiento personal:

Como mencionamos anteriormente la empresa ALINCA actualmente no cuenta con un departamento de Recursos Humanos, por lo cual esta no ha implementado ninguna estrategia en cuanto a los colaboradores. No obstante, a la hora de adquirir un nuevo colaborador, este es evaluado según currículum vitae y todas sus habilidades, destrezas o conocimientos según el puesto al que va a aplicar. A este lo entrevista el gerente general, Sr. Jorge Luis Rodríguez y es el que decide si este es apto para llenar dicho puesto. Luego de que el colaborador sea aceptado, este recibirá una capacitación del anterior colaborador con el objetivo de que este conozca todos los procedimientos del puesto.

- Proceso de Tecnología (Sistema):

En cuanto a la tecnología, la empresa está altamente capacitada, ya que posee sistemas de facturación tanto a crédito como a contado, posee todos los equipos necesarios para que la mercancía y factura llegue a todos los consumidores, esta cuenta con un sistema que le permite verificar el inventario, monitorear las ventas y los créditos que se le dan a cada uno de los clientes permitiendo que dicha empresa pueda obtener un mayor control tanto interno como externo. Cabe destacar que el sistema de facturación tiene acceso a todos los altos gerentes, lo que permite que se lleve un mayor control sobre el rendimiento de todos los empleados y de sus labores.

- Proceso de asignación de precios:

En cuanto al área financiera, estos no tienen un proceso en sí diferente, esta solo implementa un margen por encima de los costos con el objetivo de prevenir cambios de precios debido a la tasa del USD, y que estos cambios no afecten a todos los clientes de dicha empresa y se mantengan constantes.

- Proceso de distribución y logística:

En cuanto a los procesos de distribución, la empresa se caracteriza por despachar y facturar a los clientes mediante las rutas, es decir que estos se organizan según las regiones con el objetivo de que el chofer pueda hacer solo un viaje y repartir todos los productos, con esto se logra el objetivo de satisfacer a todos los clientes y de poder distribuir todos los productos de una manera más organizada. Este proceso consta de los siguientes pasos:

- Se procede a facturar el pedido.
- Se organizan todas las facturas según las regiones.
- Se organizan las mercancías dentro de todos los camiones.
- Se despachan los camiones.
- Se entregan los productos.
- Se entregan las copias de facturas a los clientes, en caso de que este sea a crédito, y si es a contado se procede a cobrar al instante.
- Los camiones llegan a la empresa.
- Se realiza la entrega de las facturas correspondientes para cobrar.

2.2.4. Políticas de responsabilidad social

La empresa ALINCA actualmente no cuenta con políticas de responsabilidad social.

2.2.5. Código de ética o conducta

Actualmente la empresa no posee un código de ética, como mencionamos anteriormente ALINCA no tiene un departamento de Recursos Humanos, por lo cual esta no posee ningún código de ética o conducta.

2.2.6. Manual de crisis

Actualmente la empresa ALINCA no posee ningún manual de crisis, esto se considera una debilidad, ya que la empresa no tiene ese documento que es responsable de contener todas las actividades claves de cómo saber actuar y manejar una crisis. Este se considera importante, ya que ayuda a una empresa a gestionar una crisis que se presente de manera equilibrada, transparente y prudente.

2.2.7. Informe de sostenibilidad

La empresa ALINCA no posee un informe de sostenibilidad, debido a que todavía no ha alcanzado temas prioritarios de responsabilidad social empresarial. La empresa no ha realizado ninguna iniciativa, por lo tanto no hay nada que reportar.

2.3. Marco Legal

2.3.1. Registro de nombre y actividad

La empresa ALINCA tiene la forma jurídica sociedad responsabilidad limitada, esta cuenta con 2 socios que responden a las deudas con el capital aportado sin tener que aportar con sus bienes personales. Los dos accionistas de la empresa son el Sr. Jorge Luis Rodríguez, y la Sra. Dayanna Polanco con un aporte de 100,000 pesos \$RD.

Cabe destacar que ALINCA desarrolla sus labores de comercialización de productos importados a nivel nacional por más de 35 años, lo cual significa que ya pasó por todos estos procesos legales para constituirse como una empresa.

2.3.2. Constitución

Para la constitución de la empresa se pasaron por los siguientes procesos:

- Registrar el nombre comercial en la oficina (ONAPI) oficina nacional de propiedad industrial.
- Comunicar el nombre seleccionado a ONAPI.
- Copia de cédula tanto del solicitante como del representante, si éste es persona jurídica pues copia de la tarjeta de RNC.
- Registrar todos los documentos legales en la cámara de comercio y producción de lugar, en esta consta de los siguientes procesos:
 - Llenar el formulario de matriculación en el registro mercantil correspondiente.
 - Copia de las cédulas, pasaportes o tarjetas de RNC de los accionistas de la compañía, según corresponda.
 - Copias del registro de nombre comercial.
 - Copia del recibo de pago de impuesto por la constitución de la compañía.

- Se solicita el RNC (registro nacional del contribuyente).
- Se le solicita a la DGII (dirección general de impuestos internos).
- Se completa el formulario correspondiente de RNC (registro nacional contribuyente).
- Copia de dicho nombre comercial.
- Copia registro mercantil.

Sociedad Comercial: ALINCA posee una sociedad comercial de responsabilidad limitada que cuenta con las siguientes características:

- Se forma por dos o más personas cuya responsabilidad se limita a sus aportaciones.
- Dicho capital social se encuentra dividido en cuotas sociales
- El aporte del socio puede ser numerario o en naturaleza.
- Su capital social es mínimo 100,000 pesos y su denominación social por las siglas S.R.L
- Las cuotas sociales deberán estar enteramente suscritas y pagadas al momento de la formación de la sociedad.

Dentro del ámbito legal toda empresa debe cumplir con una serie de leyes. La empresa ALINCA SRL, de cumplir con las siguientes leyes para desarrollar sus actividades:

- *Ley 53-07 Delito digital:*

La presente ley tiene como objetivo proteger los sistemas que utilicen las tecnologías, comunicación y contenido para la prevención de delitos cometidos contra estos o cualquier uso de las tecnologías que pueda perjudicar a las personas ya sea tanto de manera física o moral.

- *Ley general de sociedad comerciales y empresas individuales de responsabilidad limitada n. 479-08:*

Esta establece la disposición legal que tiene como objetivo establecer los requisitos, procesos de incorporación, funcionamiento y manera de terminación de los diversos tipos de societarios admitidos bajo la normativa dominicana.

- *Ley 03-02 sobre el registro mercantil:*

Este se basa en ser un sistema conformado por la matrícula, renovación, actos y documentos relacionados con todo entorno a actividades industriales, comerciales y de servicios que son realizada por personas físicas que se dedican usualmente al comercio de las cuales son depositarias y dan fe a la Cámara de Comercio y producción por las presente ley.

- *Ley 16-92 sobre el código laboral:*

Esta ley la deben cumplir todas las empresas constituidas que cuenten con colaboradores, este es el contrato de trabajo por el cual una persona obliga, mediante una retribución, a prestar un servicio personal a otra, bajo la dirección inmediata o delegada de ésta.

2.3.3. Reglamentos

La empresa ALINCA no posee reglamentos específicos, esta solo se rige por las normativas del código laboral dominicano (Ley 16-92). Esta cumple con todas las normativas según las características de la empresa y cantidad de sus empleados.

Dentro de esas normativas se encuentran:

- *Ley 16-92 Código de Trabajo:*

Se encarga de velar porque las normas del derecho de trabajo, que se cumplan todos los requisitos del bienestar humano y la justicia social. El Código tiene por objeto fundamental regular los derechos y obligaciones de empleadores y trabajadores y proveer los medios de conciliar sus respectivos intereses. Este une el principio de la cooperación entre el capital y el trabajo como base de la economía nacional. Por lo tanto, regula las relaciones laborales, de carácter individual y colectivo, establecidas entre trabajadores y empleadores o sus organizaciones profesionales.

Normas Complementarias:

- *Artículo 8:*

El aspirante al puesto vacante en la empresa debe de llenar una solicitud de empleo por escrito y acompañarlo de los siguientes documentos como: Cédula de identidad, certificado o carta de último empleador que haya trabajado, certificado o papel de buena conducta.

- *Artículo 9:*

El proceso de selección de personal se hará mediante una entrevista personal, en el cual se le realizarán todas las pruebas necesarias para ver cuáles son todas sus destrezas.

- *Artículo 45.*

Está prohibido a los trabajadores presentarse en estado de embriaguez o cualquier otra condición análoga., no se permite ninguna clase de armas durante las horas de labor, extraer de la empresa los recursos, materia prima o elaborada sin permiso del empleador.

- *Artículo 49.*

Deberes y obligaciones de los colaboradores:

-Respecto a los superiores.

-Respecto a sus compañeros de trabajo.

-Mantener la armonía con sus superiores y compañeros de trabajo en las relaciones personales y en la ejecución de labores.

-Ejecutar los trabajos que le confíen con honradez, buena voluntad y de la mejor manera.

-Guardar una buena conducta en todo el sentido y obrar con espíritu de leal colaboración en el orden moral y disciplina general de la empresa.

- *Artículo 21:*

El colaborador debe desempeñar su trabajo con intensidad, cuidado y esmero, en la forma, tiempo y lugar convenidos y bajo la dirección de su representante.

2.4. Marco Estratégico

2.4.1 Grupos de interés

2.4.1.1. Grupos de interés externo

La empresa ALINCA enfoca sus actividades a los siguientes grupos externos:

- Consumidores/clientes:

Estos hacen un intercambio de recursos por los productos de ALINCA.

- Proveedores:

ALINCA depende de sus proveedores, ya que estos proveen los productos que ALINCA vende y dependen del precio que se le otorga a los productos.

- Gobierno:

Este puede afectar a la empresa a través de la regulación con el fin de la protección de los intereses públicos para asegurar el respeto del libre mercado.

- Sindicatos obreros:

Esta sería la asociación integrada por los empleados con el fin de defender sus intereses, por ejemplo los salarios, condiciones laborales, horarios, etc.

- Instituciones financieras:

Administran fondos a ALINCA para mantener y extender sus actividades.

- Competidores:

ALINCA debe realizar análisis de manera constante de los competidores que tiene y en base a esto crear estrategias que permitan mantenerse en el mercado, satisfaciendo las necesidades de sus consumidores.

2.4.1.2. Grupos de interés interno:

La empresa ALINCA enfoca sus actividades a los siguientes grupos internos:

- Empleados:

Estos hacen que la empresa funcione, la satisfacción del personal influye en la productividad de la organización.

- Accionistas y consejos de dirección:

Es de suma importancia que estos manejen bien la información acerca del sector en el que están trabajando, la misión y las expectativas de la empresa, para tomar las decisiones más convenientes para la empresa, ya que en algunos casos a la hora de cotizar en bolsa, las personas que forman parte del conjunto de inversores no están bien informados sobre toda esta información relevante.

2.4.2. Misión, Visión y Valores:

Visión:

“Ser la opción preferida de nuestros clientes en la distribución de productos importados de alta calidad.”

Misión:

“Velar por la satisfacción de todos nuestros clientes a través de una variedad de productos importados de alta calidad.”

Valores:

- Calidad
- Honestidad
- Pasión
- Equidad
- Tolerancia

2.4.3. Cultura Organizacional

Dentro de la empresa ALINCA se desarrollan las creencias y valores tales como responsabilidad, respeto por los demás, respeto por sus opiniones, trabajo en equipo y puntualidad. Estos guían la conducta de cada integrante del equipo proporcionando mayor eficiencia y organización. ALINCA posee una cultura organizacional saludable, por lo que el ambiente en la empresa permite a los empleados sacar lo mejor de ellos, estos se mantienen motivados a realizar las tareas con eficiencia y responsabilidad. ALINCA se enfoca en la construcción de compañerismo y se puede decir que su cultura se enfoca bastante en la satisfacción de los empleados, lo que juega un rol sumamente importante, ya que esto permite que los empleados sean productivos y que el servicio al cliente sea excelente.

2.4.4. Análisis de materialidad

Dentro del grupo de interés de ALINCA se encuentran: Clientes, proveedores, gobierno, sindicatos obreros, instituciones financieras, competidores.

De estos lo que llevan más importancia son:

1. Proveedores: Estos poseen gran importancia ya que son los que proveen todos los productos de la empresa. Para ALINCA es prioridad siempre mantener una buena relación con todos los proveedores.
2. Clientes: Los clientes son de gran importancia para ALINCA, ya que es la razón de ser de la empresa.
3. Competidores: Poseen de gran importancia para ALINCA ya que mediante estos puede realizar todas sus estrategias que le permiten permanecer en el mercado.

De los que tienen menos interés son:

1. Gobierno: La empresa ALINCA no se enfoca mucho en contribuir con actividades sostenibles o ninguna otra actividad con el gobierno, esta no demuestra interés.

2. Sindicatos obreros: ALINCA no enfoca sus actividades en los sindicatos de obreros, esta nunca ha desempeñado una actividad enfocada hacia ellos, estos no poseen gran relevancia para dicha empresa.

3. Instituciones financieras: Dentro de la empresa ALINCA la institución financiera no tiene tanta relevancia, está solo juegan rol en el área contable solamente.

2.4.5. Modelo de gestión estratégica

FODA Estratégico

Aspectos internos:

Fortalezas:

- Alto reconocimiento en el mercado.
- Ventas de productos masivos a un menor precio.
- Gran variedad de productos.
- Buena relación con los consumidores, lo cual permite crear clientes fieles.
- Baja rotación del personal.
- Alta calidad de los productos.
- Personal altamente capacitado en los puestos directivos.
- Alto reconocimiento de las marcas que importan.
- Recursos financieros suficientes.
- Buen liderazgo de parte del gerente ya que posee la experiencia debida.
- Buena cultura organizacional.
- Buena comunicación entre colaboradores.

Debilidades:

- Falta de un departamento de Responsabilidad Social.
- Falta de política de contratación personal, es decir al no existir un entrenamiento en sí puede causar fallas en los procedimientos de la empresa.
- Falta de espacio para colocar residuos generados por la empresa.
- Poca publicidad en las redes sociales de la empresa.
- Falta de motivación y compromiso de los colaboradores.
- No tienen en la empresa nóminas automatizadas.
- Falta de un manual de código de ética.

Aspectos externos:

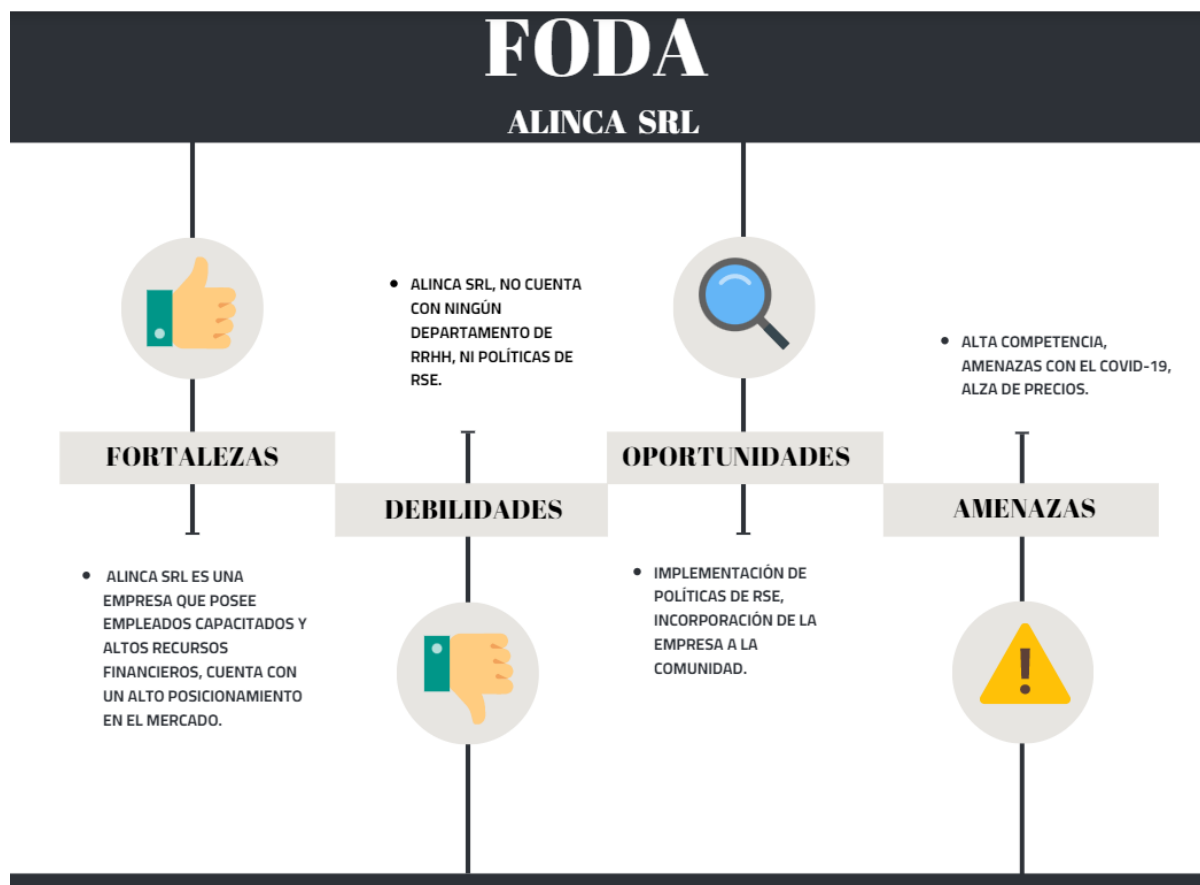
Amenazas:

- Medidas tomadas por los gobiernos en torno al Covid-19.
- Alzas en los precios extranjeros de los productos importados.
- Aumento de la tasa de dólar.
- Surgimiento de otras empresas importadoras.
- Atraso de producción de parte de los suplidores debido a las situaciones actuales.
- Enfermedades en general y el Covid-19 pueden afectar al personal, ocasionando grandes retrasos en la compañía.

Oportunidades:

- Incorporación de página web a la empresa.
- Expansión de almacenaje de productos en un lugar estratégico.
- Incorporación de una línea de productos desechables orientados a la sustentabilidad.
- Incorporación de nuevos productos importados de alto consumo que no tengan competidores.
- Ampliación de variedad de productos importados, es decir mayor incorporación de tipos de frutas y desechables.
- Incorporación de diferentes puntos de reciclaje.

- Creación de manual de código de ética.
- Incorporación de un departamento responsable.



3. ANÁLISIS INTERNO

3.1. Análisis de la gobernanza de la organización

Actualmente en la empresa ALINCA no existe ninguna iniciativa de gobernanza, no obstante estos se encargan de respetar todos los derechos humanos y laborales de los colaboradores, ya que la empresa siempre se rige por el código laboral dominicano (16-92), esta cumple con todos los requisitos que deben tener todos sus colaboradores. No obstante, no posee ningún tipo de comité que trabaje los derechos humanos ni nada en cuanto al código de ética, es por esto que Se destaca que esta cuenta con todos sus permisos de salud al día, ya que al ser una empresa que maneja alimentos y una serie de productos que son delicados, es vital que está siempre

tenga sus permisos al día, porque demuestra que la empresa vela por la calidad de todos los productos y que siempre mantiene sus instalaciones lo mejor posible.

(Fuente: El gerente General de la empresa provee la información)

3.2. Los Derechos Humanos

3.2.1 Debida Diligencia

Toda persona como miembro de esta sociedad posee derechos económicos, sociales y culturales indispensables para su dignidad y desarrollo personal. Para respetar estos derechos, una organización tiene responsabilidad de ejercitar debida diligencia con el fin de asegurarse de que no se emitan actividades que infrinjan o impidan el disfrute de esos derechos.

La empresa ALINCA no posee ningún tipo de documento que trate los derechos humanos, por lo cual no cuenta con ninguna política en sí que especifique u ofrece la orientación a los colaboradores. Actualmente en la empresa no existe ningún tipo de incumplimiento de los derechos humanos, ya que estos se encargan de velar por la seguridad, cumplir con todos los estándares del código laboral dominicano y de los derechos tanto humanos como laborales.

3.2.2. Situaciones de riesgo para los derechos humanos

En la empresa ALINCA actualmente no han evaluado los riesgos que estén relacionados con las prácticas de los Derechos Humanos, sin embargo el ambiente en el cual trabajan los empleados de ALINCA no se presentan ninguna de las circunstancias que pudiera poner en riesgo a los colaboradores de la empresa, como por ejemplo:

- Corrupción
- Pobreza/sequía/problemas de salud extremas
- Actividades que afectan a los niños y jóvenes

Ninguna de estas circunstancias forma parte de ALINCA, por lo que se puede decir que las decisiones tomadas por la empresa se basan en el respeto de los derechos humanos.

3.2.3. Discriminación y grupos vulnerables

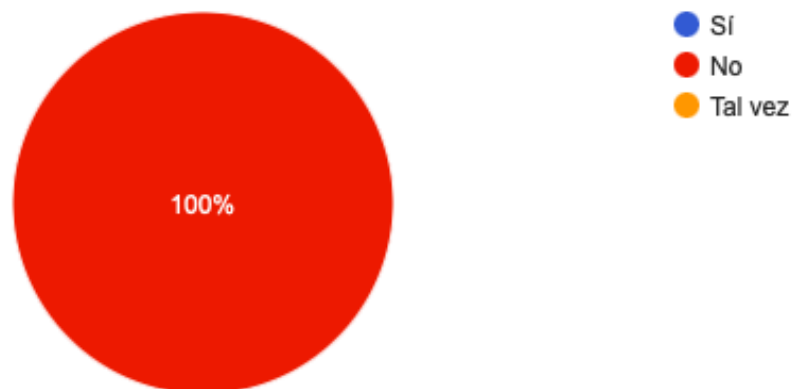
ALINCA es una empresa que no discrimina a ninguna persona que tenga algún tipo de contacto con esta, ya sea el personal, los proveedores, clientes, etc. La empresa examina las operaciones para determinar si hay algún tipo de discriminación, ya sea directo o indirecto, para prevenir y evitar la problemática dentro de la empresa. Según la encuesta realizada a los empleados de la empresa ALINCA, hemos identificado que la empresa está libre de discriminación y proporciona un ambiente saludable y seguro a sus empleados.

Respecto a la igualdad de género y la igualdad de oportunidades laborales para el género femenino, la empresa se conforma mayormente por los hombres, sin embargo, la razón de esto es el hecho de que los puestos de trabajo que ofrece ALINCA son empleos dominados por los hombres, porque implican fuerza física, como por ejemplo desmontar las cajas, etc. Sin embargo, el 12% de la empresa se conforma por mujeres.

A continuación se realiza una encuesta para la comprobación de la misma:

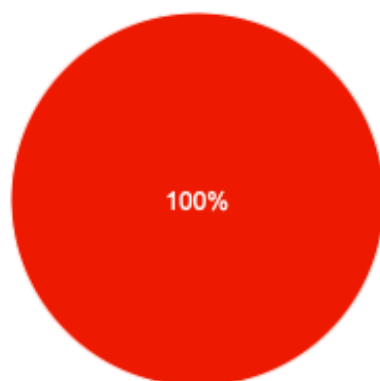
Ha sufrido violencia física o verbal en el lugar de trabajo?

41 respuestas



Ha experimentado discriminación en el lugar de trabajo?

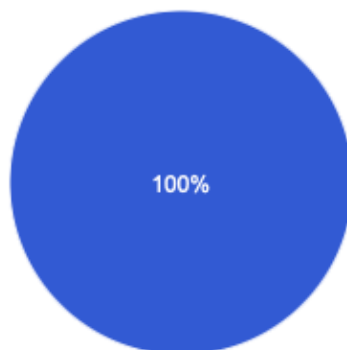
41 respuestas



- Sí
- No
- Tal vez

Considera que el lugar de trabajo al cual pertenece esta libre de discriminación?

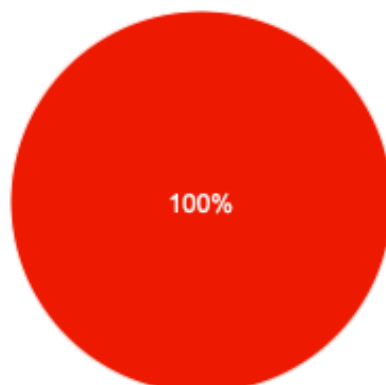
41 respuestas



- Sí
- No

Ha percibido un trato desigual en cuanto a beneficios ,etc.?

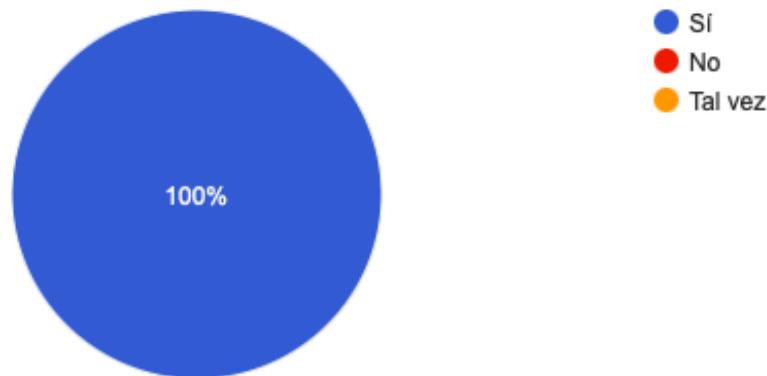
41 respuestas



- Sí
 - No
-

Se siente respetado por sus compañeros del trabajo?

41 respuestas



(Fuente: El gerente General de la empresa provee la información)

Se puede observar que definitivamente la empresa no experimenta ningún tipo de discriminación, todos los empleados respondieron de la misma manera, demostrando que existe respeto e igualdad en su lugar de trabajo.

3.2.4. Derechos civiles y políticos

La empresa ALINCA actualmente no posee un código de ética, sin embargo, según los empleados de la empresa, todos sus derechos civiles son respetados, a la vez tienen la libertad de expresión, estos expresan que el Gerente General siempre está dispuesto a recibir las ideas y los comentarios siempre y cuando estos son críticos, constructivos y justificados.

3.2.5. Derechos económicos, sociales y culturales

ALINCA no se involucra en actividades que impiden a sus empleados ejercer los derechos económicos, sociales y culturales, tales como la educación, el aprendizaje, un trabajo en condiciones favorables y justas, un nivel de vida y salud adecuado, el agua, la seguridad social, etc. La empresa evalúa y determina si sus decisiones, procesos de producción o proyectos pueden afectar de manera negativa los derechos económicos, sociales y culturales de sus

empleados, con el fin de evitarlos y mantener a su personal en un ambiente seguro y adecuado para trabajar.

3.2.6. Principios y derechos fundamentales en el trabajo

ALINCA se hace responsable de asegurarse de que dentro de su empresa se planteen los aspectos como la prohibición de la obligación del trabajo forzoso, es decir no se permite obligar a realizar ningún tipo de trabajo de manera no voluntaria, no se permite amenazar ni castigar por no realizar un trabajo forzoso. Por otro lado, asegura que dentro de sus prácticas de contratación de personal no hay ningún tipo discriminación y los únicos criterios que se toman en cuenta son los conocimientos, las habilidades de las personas y los documentos necesarios. La empresa no está involucrada en la utilización del trabajo de menores de edad.

3.3 Análisis de las prácticas laborales

El trabajo es de gran importancia para el desarrollo humano, como colaborador una empresa contribuye a uno de los objetivos más ampliamente aceptados de la sociedad, principalmente a la mejora del nivel de vida a través del pleno empleo. En la empresa ALINCA se respetan todas las leyes en cuanto a los colaboradores y sus derechos, en esta se reconocen la importancia de los colaboradores, se le tiene confianza de todo el trabajo desempeñado y se asegura de eliminar cualquier práctica discriminatoria y entre otros. A pesar de que esta no cuenta con un código de ética, esta vela por que no surjan situaciones de acoso ni de discriminación y vela por el bienestar de dicho colaborador.

3.3.1. Trabajo y relaciones laborales

ALINCA se asegura de proveer un aviso justo y razonable a la hora de realizar cualquier tipo de cambio en sus operaciones que pueden tener algún efecto en el personal y tratar de suavizar los impactos y efectos negativos que estos pueden causar. Provee equidad de oportunidades para todos los integrantes de la empresa sin ningún tipo de discriminación. Por otro lado, la empresa asegura la protección de la información personal de sus trabajadores.

Igual que reconoce la relevancia del empleo seguro. La empresa realiza prácticas laborales responsables evitando las prácticas laborales injustas. Esta recalca mucho en la seguridad de

sus colaboradores exigiendo que estos siempre lleven sus accesorios de seguridad según el área que labore.

3.3.2. Condiciones de trabajo y protección social

A pesar de que la empresa ALINCA no tiene un código de ética, la misma asegura que las condiciones de trabajo que ofrece obedecen todas las leyes de la República Dominicana igual que respetan las normas laborales internacionales. En este caso, todos sus colaboradores reciben salarios adecuados de conformidad con las leyes nacionales, horas de trabajo justos, es decir los colaboradores trabajan 10 horas al día, los sábados trabajan 4 horas, reciben un día de descanso semanal y las vacaciones anuales, lo que respeta todas las leyes nacionales, respetando los derechos de los empleados. ALINCA permite el cumplimiento de las tradiciones relacionadas a la cultura y la religión de sus empleados. La empresa proporciona un horario de trabajo que permite conciliar la vida familiar y laboral a sus empleados. Sin embargo, la empresa no ofrece ningún tipo de instalaciones como guardería para los hijos de sus empleados. En caso de la necesidad de horas extra, por el incremento de la demanda, siempre respetando las leyes y los derechos humanos, se le solicita al empleado a realizar el trabajo extraordinario, si este está de acuerdo y lo acepta de manera voluntaria, al realizar el trabajo, recibe un pago extra.

Cabe destacar que a pesar de que la empresa cumple con todas las normativas tanto internacionales como nacionales, sus actividades actuales afectan grandemente a nuestro medio ambiente, ya que ALINCA distribuye grandes cantidades de todo tipo de plásticos lo cual mayormente acaba en suelos y aguas. La mayor parte de este plástico se desintegra en partículas menos de 5 milímetros conocidas como micro plásticos y estas se descomponen aún más llegando hasta a ser nano partículas que entran en la cadena alimenticia sin darnos cuenta, es por esto que la contaminación terrestre es mayor que en los mares.

3.3.3. Diálogo Social

Actualmente en la empresa ALINCA se realizan de manera mensual, varias reuniones con todos los departamentos, con el objetivo de dialogar sobre la situación de todos los departamentos como los inventarios, futuras compras entre otros de la empresa, también se aprovecha para que los colaboradores expresen todos sus sentimientos o estrategias para innovar dentro de cada departamento. Cabe destacar que estas son realizadas por el gerente

general el Sr. Jorge Luis Rodríguez en la cual se encarga de velar que en la compañía se cumplan todos sus procesos.

3.3.4. Salud y Seguridad Ocupacional

La empresa ALINCA no posee una política de salud, sin embargo se asegura de mantener el bienestar tanto físico como mental de sus empleados, protegiéndolos de los riesgos que pueden afectar su salud, como en caso del Covid-19, cuando implementaron todas las medidas sanitarias necesarias para que, tanto los colaboradores, como los clientes, estuvieran protegidos. Los empleados trabajan en un ambiente adaptado a sus necesidades. No se realizan actividades que puedan poner en riesgo la salud de los empleados. Sin embargo, a los empleados se les proporciona su seguro social y un kit de auxilio necesario que permite prevenir lesiones y ofrece el tratamiento de emergencia, los cuales no involucran gastos para los empleados.

3.3.5. Desarrollo Humano y formación en el lugar de trabajo

Respecto al desarrollo humano, la empresa ALINCA no realiza ningún tipo de actividades y no genera acceso al desarrollo de competencias laborales, nuevos conocimientos, destrezas capacidades y habilidades para el crecimiento profesional de sus empleados. Esto limita el avance y el progreso profesional del personal.

3.4. Análisis del Medio Ambiente

3.4.1. Prevención de la contaminación

Dentro de ALINCA no se realiza ninguna actividad o proyecto y no ha implementado medidas que tengan como propósito prevenir la contaminación del medioambiente, realizar una gestión apropiada de los residuos, minimizar el consumo de energía y el agua. La empresa no realiza ninguna actividad que juegue a favor del medioambiente.

3.4.2. Uso sostenible de los recursos

La empresa ALINCA no realiza un consumo responsable de recursos, ya que esta no utiliza recursos como la energía eléctrica, combustibles y agua, de manera que beneficie su

disponibilidad, además no sustituye los recursos no renovables por alternativas renovables. ALINCA no implementa medidas que aporten al consumo responsable de recursos.

3.4.3. Mitigación y adaptación al Cambio Climático

ALINCA no realiza ningún programa o actividad con el fin de mitigar los efectos que provoca el cambio climático.

3.4.4. Protección del medio ambiente y biodiversidad

Actualmente ALINCA es una empresa que no es socialmente responsable, no realiza actividades para cuidar el medioambiente y no utiliza los recursos naturales de manera sostenible, lo que trae consigo impactos negativos sobre el ecosistema, biodiversidad y el medio ambiente. Además, esta produce plásticos, que a su vez tienen un impacto grave en el medio ambiente.

(Fuente: El gerente General de la empresa provee la información)

4. ANÁLISIS EXTERNO

4.1. Análisis Prácticas Justas De Operación.

4.1.1 Anticorrupción

ALINCA no cuenta con ninguna política de anticorrupción, está solo cuenta con procesos internos como formularios de créditos para los clientes, con el objetivo de verificar que estos sean aptos para dicha empresa y ver de dónde proceden sus ingresos. Cabe destacar que esta cuenta con cámaras instaladas alrededor del almacén para velar por la seguridad tanto del personal como de la empresa.

4.1.2. Participación en proyectos sociales gubernamentales

La empresa ALINCA nunca ha desempeñado nada en torno a lo responsable social, por lo cual esta nunca ha participado en proyectos sociales gubernamentales.

4.1.3. Participación Política Responsable

Actualmente ALINCA no posee una política responsable, esta no posee un manual de código de ética ni departamento de responsabilidad social, ya que considera que este no es un tema

primordial. Por ende se le propone la implementación de una política responsable ya que esto ayudará a dicha empresa a que genere una mayor confianza y posicionamiento en dicho mercado.

4.1.4. Competencia Justa

Actualmente gracias a la globalización, existe una gran diversidad de empresas que ofrecen los mismos servicios y productos, por lo cual se convierte en un reto para las empresas poder diferenciarse en dicho mercado.

ALINCA cree en una competencia justa y asegura alcanzar su ventaja competitiva de manera transparente y honesta, brindando buena calidad de productos a precios justos que están moderados por las leyes, siendo consciente del contexto social en el que opera y de no aprovecharse de las condiciones sociales como pobreza para lograr competencia desleal.

4.1.5. Promover la responsabilidad social en la cadena de valor

Integrar la responsabilidad social empresarial en la cadena de valor, significa mermar la voluntad de las preocupaciones económicas, sociales y también medioambientales de las empresas en sus actividades. Una organización no solo debe preocuparse por su crecimiento o rentabilidad sino también por todos sus impactos que pueda generar en su cadena productiva.

Como ya sabemos la empresa ALINCA no posee un departamento de responsabilidad social ni ha desarrollado actividades que hayan ayudado con el desarrollo sostenible.

4.2. Análisis de Asuntos de Consumidores

4.2.1. Protección de la salud y la seguridad de los consumidores

ALINCA toma la responsabilidad de asegurarse de que todos los productos que esta ofrece a sus clientes siempre sean seguros para su uso, de esta forma protegiendo la salud de sus clientes. Ninguno de los productos que vende la empresa constituye peligro a los clientes. Se evita la utilización de químicas que pueden causar daños en la salud de los clientes, también en dicho empaque se incluye toda las instrucciones claras para su uso seguro.

4.2.2. Consumo sostenible

Actualmente ALINCA no contribuye de ninguna manera al consumo sostenible y no realiza ninguna actividad que aporte al medio ambiente.

4.2.3. Servicio y atención al cliente, resolución de quejas

ALINCA no posee un departamento que gestione las quejas y reclamaciones, sin embargo se destaca que la empresa toma todas las medidas necesarias en cuanto a las quejas de sus consumidores, ofrece certificados de garantías de todos sus productos según la duración esperada de la vida útil del producto, ofrece asesoramiento, sistemas de apoyo en cuanto el manejo de algunos productos. También ofrece reparación a un precio razonable de sus productos que son tecnológicos como las balanzas digitales. No obstante, a pesar de que la empresa no tenga en sí una política de atención al cliente, durante sus 35 años ha manejado todo tipos de quejas y casos en cuanto al servicio al cliente.

4.2.4. Protección y privacidad de los datos de los consumidores

Toda la información que ALINCA obtiene de sus clientes se realiza a través de los medios legales, y solo se obtienen los datos necesarios para el suministro de los productos y servicios que ofrece ALINCA. Por ejemplo, el número de teléfono, emails, referencias comerciales, RNC, contactos, cuentas bancarias, estados de cuentas en la empresa entre otros.

Ninguno de los datos personales de los consumidores, recopilados por ALINCA se puede revelar, estos siempre se mantienen protegidos.

4.2.5. Educación y toma de conciencia

Las iniciativas de educación y toma de conciencia permiten que los consumidores puedan estar bien informados, ser conscientes de sus responsabilidades, tener mayores probabilidades de asumir un rol activo y ser capaces de tomar decisiones fundamentadas en cuanto a la compra de productos o servicios.

ALINCA no ofrece ningún tipo de educación hacia sus consumidores en cuanto al consumo responsable, no obstante sus productos si llevan en su empaque información acerca de los riesgos relacionados o cualquier precaución necesaria que debe tener el consumidor.

4.3. Análisis de la Participación con la Comunidad

Actualmente la empresa no tiene una participación activa con la comunidad y no realiza ninguna actividad con la misma. Sólo realiza algunas aportaciones en ciertas épocas festivas para ayudar a los niños. ALINCA no ofrece empleo a su comunidad y actualmente no le ofrece ningún tipo de ayuda ni apoya. Actualmente no cuenta con un programa que incentive y apoye a la comunidad. Igualmente no se ha involucrado de ninguna manera en la educación, aunque hay una gran cantidad de población le hace falta una educación de calidad que tendrá un impacto positivo a largo plazo, permitiéndole a las personas conseguir empleo y mejorar la calidad de vida. Esta no posee programas que involucren a la comunidad, ni el fomento del uso eficiente de los recursos disponibles, tampoco cuenta con programas de salud que ayuden a su comunidad y no realiza ninguna inversión social.

4.4. Análisis de la Acción de Responsabilidad Social de la Competencia

4.4.1. Empresas referentes en el sector

ALINCA posee varios competidores tanto de manera indirecta como directa, los cuales fueron mencionados anteriormente. Dentro la mayoría de estos podemos ver que desarrollan actividades en torno a la responsabilidad social.

Competidores indirectos:

- Grupo Ramos (Súper Sirena, Sirena Market entre otros):

Grupo empresarial posee varios supermercados y almacenes que distribuyen productos a nivel nacional. Esta cuenta con departamento de responsabilidad social en el cual desempeñan una estrategia para convertir a la empresa en un modelo de gestión responsable en el país, mediante iniciativas que generen un impacto positivo en los individuos, sociedad y medio ambiente. Esta también posee un llamado para movernos a través de los cuatros pilares como:

“Cumple, mejora, comparte y colabora con el objetivo de fortalecer el portafolio de iniciativas de desarrollo sostenible.”

- Hipermercados Jumbos (Grupo CCN):

Esta empresa se caracteriza por vender a nivel nacional tanto de manera masiva o minina, realizando la distribución de productos de todo tipo desde los alimentos hasta los electrodomésticos. El Grupo CCN posee varios establecimientos comerciales, ya sean de supermercados, tiendas, entre otros. Es por esto que este se encarga de tener un departamento de responsabilidad social para buscar la manera de que todos sus establecimientos puedan aportar al desarrollo sostenible. Su responsabilidad social corporativa se realiza bajo la premisa de proporcionar a los grupos y comunidades, las herramientas que permitan gestionar su propio desarrollo como una forma de garantizar su permanencia en el tiempo.

Competidores Directos:

- RH Mejía:

Empresa dominicana dedicada a la importación de diversas frutas. Actualmente Rh Mejía no cuenta con un departamento de responsabilidad social, ni realiza ninguna actividad de desarrollo sostenible.

- Polyplas:

Empresa Dominicana que distribuye y produce plásticos. Actualmente Polyplas posee un departamento de responsabilidad social, en el cual realizan actividades como reforestación, limpieza de costas, campamentos, economía circular, y entre otros. Mediante todos estos programas Polyplas logra disminuir su impacto en el medio ambiente, ya que estos implementan todos sus programas con una educación sostenible apoyando todas las herramientas de innovación.

- Termo envases:

Empresa dominicana que se dedica a la elaboración de productos plásticos desechables, esta posee reconocimiento internacional como una empresa de sólidos principios, sin embargo no posee un departamento de responsabilidad social ni ha realizado ninguna actividad en torno a esto.

4.5. Identificación de las necesidades de la Organización

Almacenista Internacional del Caribe (ALINCA), es una empresa que tiene bastante tiempo en el mercado. Esta ha demostrado ser una empresa sólida y de principios, lo cual le ha permitido tener el posicionamiento como una de las importadoras más conocidas en nuestro país. A pesar de que la empresa ha demostrado que posee un buen manejo, procesos eficientes entre otros, se le han encontrado ciertas debilidades en cuanto al manejo de colaboradores, participación con la comunidad, mercadeo y entre otros. Esto se debe a que la empresa no posee un departamento de responsabilidad social, está tampoco cuenta con políticas establecidas ni manual de código de ética, lo cual genera que sus colaboradores no tengan normativas por la cual regirse, por lo cual ALINCA se ve en la necesidad de adquirir un código de ética con estructura sencilla para poder erradicar la falta de atención hacia sus colaboradores. Otras de las debilidades que posee dicha empresa son la falta de incorporación a la comunidad, al desarrollo sostenible y educación.

La empresa ALINCA nunca ha generado actividades hacia sus colaboradores para su crecimiento, tampoco ha implementado talleres educacionales en cuanto al reciclaje de residuos sólidos o como reutilizar todos los desechos o suministros de la empresa.

A pesar de tener estas debilidades ALINCA es una empresa que posee alto crecimiento, no obstante si la empresa erradicara estas debilidades obtuviera un mejor posicionamiento, imagen y mayor confiabilidad con los consumidores y colaboradores.

4.5.1. Elaboración y aplicación de instrumentos de investigación

La información y datos que presentamos en el trabajo fueron obtenidos a través de las entrevistas realizadas al Gerente de la empresa ALINCA y sus colaboradores. Igualmente se ha implementado la encuesta para conocer la opinión de los empleados respecto a la empresa en la que colaboran, sus procesos y etc.

Se utilizaron los instrumentos como:

- Recolección de datos mediante encuestas a los colaboradores.
- Entrevistas a los colaboradores y el Gerente General.

Cabe destacar que toda la información presentada fue obtenida directamente desde todos los departamentos de la empresa, con el fin de asegurarnos de obtener diferentes perspectivas del tema.

4.5.2. Documentación de hechos, situaciones, eventos, problemas, oportunidades, etc.

ALINCA es una empresa que está bien estructurada, con experiencia en el mercado y un buen posicionamiento. No obstante, a pesar de esto se lograron identificar debilidades como:

- Falta de políticas de devolución, colaboradores
- Falta de un manual de crisis y código de ética
- No posee ningún tipo de comités
- Falta de incorporación en la comunidad con el desarrollo de actividades sostenibles

Tomando en cuenta estas debilidades fueron surgiendo unas series de oportunidades para la empresa, tales como:

- Generar actividades educativas sobre el manejo adecuado de residuos sólidos.
- Talleres de superación y crecimiento profesional para colaboradores.
- Crear un código de ética.
- Aportes a fundaciones dominicanas.
- Crear políticas de diversidad.
- Incorporar una línea sustentable.
- Incorporar energía limpia.
- Colocar puntos de reciclaje o centro de acopio.

ALINCA es una empresa que ha demostrado la capacidad de implementar un departamento de responsabilidad social y de desarrollar varias actividades que permitan el crecimiento de su personal y comunidad. Esta sería una perfecta opción para que dicha empresa pueda lograr todas sus metas, mejorar su imagen y sobre todo ampliar su cartera de clientes.

4.5.3. Análisis de la información y evidencias. Conclusiones

Tras analizar a la empresa ALINCA pudimos identificar que esta tiene un potencial y es capaz de convertirse en una empresa socialmente responsable, sin embargo para lograrlo debe realizar muchos cambios, aplicar estrategias, medidas y políticas que la ayuden a ser una empresa proactiva que cuida y aporta al medioambiente y la sociedad. A ALINCA le hace falta operar

con un foco en la responsabilidad social. Definitivamente ALINCA debe mejorar en muchos aspectos, a través de la implementación de un conjunto de iniciativas, proyectos y esfuerzos que se describen en este plan.

(Nota: Información fue proveída por el gerente general Sr. Jorge Luis Rodríguez mediante la entrevista.)

5. DIAGNÓSTICO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

5.1. Diagnóstico de la situación actual. (Dofa)

5.1.1. Análisis interno

Fortalezas:

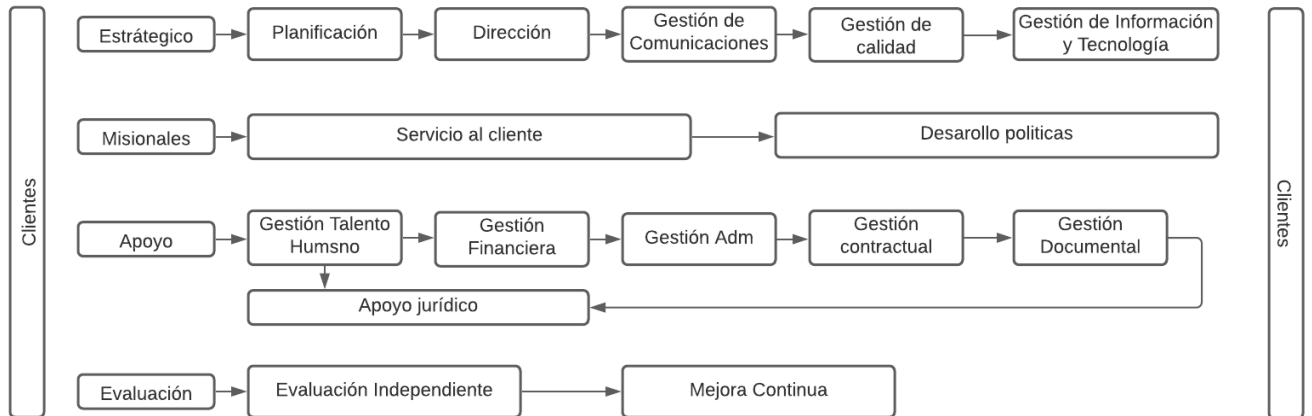
- La innovación
- Buena organización
- Colaboradores Capacitados
- Altamente reconocidos en el mercado
- Trabajo en equipo
- Alta disponibilidad de recursos financieros

Debilidades:

- Motivación del personal
- Resistencia al cambio
- Falta de experiencia con iniciativas de RSE
- Falta de departamento de RRHH/ Normativas

5.1.2. Mapa de procesos

Actualmente la empresa ALINCA desempeña sus labores mediante esta serie de procesos:



Cabe destacar que estos procesos son los que generalmente se realizan dentro de la organización en torno a la responsabilidad social, como ya sabemos la empresa ALINCA no posee ningún departamento de RSE ni de recursos humanos, por lo cual su proceso se basa en el desarrollo de sus actividades en general.

5.1.3. Análisis de sistemas, políticas y prácticas

Actualmente la empresa ALINCA SRL no cuenta con ningún tipo de sistemas, políticas y prácticas en cuanto a la responsabilidad social. Se destaca que la empresa no cuenta con ninguna certificación de ISO, ya que esta no lo considera como tema material.

5.1.4. Análisis Externo

Oportunidades:

- Recaudación del dinero
- Reconocimiento de la empresa
- Proyectos de RSE
- Incorporación de línea de productos sostenibles

Amenazas:

- Crisis económica
- Impedimento para suplir productos ecológicos
- Enfermedades/ Pandemia covid-19

5.1.5. Identificación de grupos de interés

El propósito del plan de responsabilidad social hacia ALINCA viene siendo el control de los impactos negativos medioambientales que esta puede causar a través de sus operaciones sobre los grupos de interés, tales como:

-Empleados

-Clientes

-Proveedores

-Medioambiente

-Comunidad

-Accionistas

Con el objetivo de incorporarse más hacia la comunidad y aportar más a lo que es el desarrollo sostenible del país.

5.1.6 Benchmarking sectorial

En el mercado de consumo existe una gran diversidad de competidores, lo cual lo vuelve desafiante para empresas como ALINCA, ya que resulta difícil destacarse en el mercado de consumo.

Se puede ver que esta posee varios competidores tanto directos como indirectos, que desarrollan excelentes estrategias de proyectos socialmente responsables.

Los competidores que destacan en esta área son:

- Grupo Ramos:

A pesar de ser un competidor indirecto, esta empresa se encuentra en el mismo mercado de ALINCA y es conocida por ser una de las empresas que manejan un excelente departamento de responsabilidad social. Esta cuenta con varios programas para desarrollo sostenible como:

Acción Ahora - se basa en la mejora, cumplimiento y colaboración para un mejor futuro para todos. Estos también incluyen varios programas enfocados en la salud, bienestar social, voluntariado y educación que permite que la empresa pueda aportar en todos los ámbitos a nuestra sociedad, esta se caracteriza por siempre implementar estrategias que apoyen a la RSE.

- Polyplas:

Esta empresa se conoce como un competidor directo de la empresa ALINCA. Polyplas posee varios programas en cuanto al apoyo de la RSE, que apoyan a los sectores como: Educación, desarrollo profesional, medio ambiente y entre otros.

Esta empresa se caracteriza por tener varios programas que apoyan bastante a los diferentes sectores y que ayudan que la sociedad dominicana cuente con un mejor futuro.

Grupo Ramos y Polyplas se caracterizan por ser los principales competidores de ALINCA en cuanto al desarrollo de estrategia de RSE. Como se puede ver ALINCA es una empresa que cuenta con un buen posicionamiento en el mercado de consumo, no obstante a comparación con sus principales competidores esta posee debilidad en cuanto al desarrollo de RSE, ya que esta no considera primordial desarrollar esta área dentro de la empresa. Por lo que sus competidores se encuentren en un mejor posicionamiento en cuanto a RSE que ALINCA.

5.2. Retroalimentación de la empresa

“¡Apreciamos su esfuerzo, han realizado una excelente investigación! Es evidente que han dedicado mucha dedicación al trabajo. Las propuestas me parecen sumamente interesantes y eficientes, son ideas e iniciativas excelentes que han captado mi atención. Me gustó que han

tomado en cuenta la opinión de todo el personal de la empresa para tener una imagen completa de ALINCA, identificando lo que a esta le hace falta para mejorar. Entiendo que este plan será muy útil para nuestra compañía.”

Jorge Luis Rodríguez, Gerente General de ALINCA.

6. PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

6.1. Planificación estratégica

6.1.1. Misión y visión

Misión:

“Velar por la satisfacción de todos nuestros clientes a través de una variedad de productos importados de alta calidad.”

Visión:

“Ser la opción preferida de nuestros clientes en la distribución de productos importados de alta calidad.”

6.1.2. Políticas

Como se mencionó anteriormente la empresa ALINCA nunca ha optado por la certificación de ISO, esta no posee ninguna política relacionada al desarrollo de la responsabilidad social, ya que no la considera como primordial. Por lo tanto este punto no fue tomado en consideración para el plan de responsabilidad social.

6.1.3. Requisitos legales

Para que se pueda llevar a cabo una gestión socialmente responsable se debe tener en consideración las siguientes leyes y normativas:

- *Ley 146-00 Arancel de Aduanas:*

Instrumento de regulación del comercio internacional con RD. Esta regula las importaciones de ciertos productos como: ganado, azúcar, medicamentos humanos, alimentos y bebidas alcohólicas.

- *Ley 168-21 Régimen Aduanero:*

Ley que tiene como objetivo regular lo relativo al régimen aduanero en RD.

- *Ley 358-05: Protección al derecho del consumidor.*

Esta ley tiene como objetivo establecer un régimen de defensa de los derechos del consumidor y usuario, con el fin de garantizar la equidad y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores, consumidores y usuarios de servicios.

- *Artículo 53 -Derechos al consumidor:*

Esta establece que las personas que resulten lesionadas o perjudicadas por bienes o servicios de mala calidad tienen derecho a ser compensadas o indemnizadas conforme a la ley.

- *Ley 64-00- Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales.*

Propone la protección de los recursos naturales, la disminución de su vulnerabilidad, la reversión de las pérdidas recurrentes por uso inadecuado del medio ambiente y de los recursos naturales.

- *Ley 57-07- Incentivos de Desarrollo de fuentes renovables de Energía y sus regímenes especiales:*

El objetivo de esta es fomentar las nuevas formas de energía provenientes de los recursos naturales renovables que minimicen el impacto dañino al medio ambiente, mediante el otorgamiento de incentivos fiscales que motiven a las empresas a producir energía mediante los recursos renovables.

Todas estas leyes deben ser tomadas en cuenta para poder implementar todas las iniciativas propuestas por dicha empresa.

6.1.4. Áreas y ámbitos prioritarios de intervención

Luego de completar un diagnóstico y radiografía de la empresa ALINCA, se analiza que los ámbitos que son prioritarios para intervención son:

Áreas de Intervención del plan RSE:

- Colaboradores :

La empresa no posee ningún programa de incentivo o motivación. Esto genera que el colaborador no tenga ninguna fuente de motivación, por lo que realiza sus actividades al mínimo esfuerzo, lo que a consecuencia afecta su desarrollo en sus funciones.

- Gobernanza:

La empresa ALINCA actualmente no posee ningún código de ética, manual de riesgos o reglamentos, esta tampoco posee departamento de Recursos Humanos.

Dentro de los ámbitos primordiales a intervenir también están:

- Medio ambiente:

La empresa ALINCA actualmente no desarrolla ninguna actividad para el desarrollo sostenible, esta no posee ninguna alternativa sostenible.

- Comunidad:

Actualmente ALINCA no realiza ninguna actividad para la comunidad.

- Educación:

La empresa no tiene ninguna actividad que ayude a desarrollar la educación en República Dominicana.

- Diversidad:

ALINCA no posee políticas que recalcan la diversidad de género e igualdad.

Todos los ámbitos y áreas presentadas son partes de la empresa en las cuales presenta deficiencia o áreas en las que se puede mejorar y proponer mejores alternativas para que esta se pueda convertir en una empresa socialmente responsable.

6.2. Planificación Operativa

6.2.1. Objetivo General

Diseñar un plan de Responsabilidad Social empresarial para la empresa ALINCA que le permita fortalecer la gobernanza y el relacionamiento con sus grupos de interés, generando valor compartido y contribuyendo con el desarrollo sostenible del sector terciario.

6.2.2. Objetivos específicos

- Realizar un ciclo de capacitación sobre sostenibilidad para directores y gerentes.
- Crear un programa de capacitación para desarrollar las habilidades emprendedoras de los colaboradores.
- Desarrollar una campaña de comunicación interna sobre el cuidado del medio ambiente.
- Colocar centros de acopio en las comunidades cercanas.
- Establecer un programa de fidelización que aumente la capacidad para atraer y retener clientes.
- Sensibilizar a la comunidad sobre el cuidado del medioambiente y cómo separar los residuos que generan para que puedan llevarlos a los centros de acopio.
- Realizar iniciativas de relacionamiento que logren un mayor apoyo de la comunidad y las autoridades.

6.2.3. Metas a alcanzar

- Dar 2 becas anualmente a los jóvenes dominicanos para que participen en los cursos de inglés en verano en la universidad APEC, en Santo Domingo, Distrito Nacional. La primera entrega de becas sería en el plazo de 6 meses, en el verano de 2022.
- Realizar 24 charlas anuales en escuelas públicas de Santo Domingo, Distrito Nacional, concientizando el cuidado del medioambiente.

- Capacitar a 10 empleados anualmente, según su área de trabajo (contabilidad, negocios internacionales y dirección comercial), a través de los cursos de Edutin Academy. Estos recibirán cursos de liderazgo, comercio internacional, comunicación, desarrollo profesional, responsabilidad social, contabilidad financiera, emprendimiento, administración, macroeconomía, microeconomía, según el departamento al cual corresponden.
- Realizar entrega de 50 kits escolares anual.
- Establecer dos puntos de reciclaje. (Ver Anexo A)
- Contribuir con una donación anual de 20,000 DOP a la fundación “Abriendo Camino”.
- Desarrollar políticas de diversidad (inclusión).
- Dentro del plazo de 1 año desarrollar un código de ética y manual de crisis.

6.2.4. Plan de acción a corto, mediano y largo plazo

Dentro del desarrollo del plan de acción tenemos seis áreas:

- Comunidad
- Colaboradores
- Medioambiente
- Educación
- Diversidad
- Gobernanza

Dentro de cada área se han dividido las iniciativas por acción a corto, mediano y largo plazo.

1. Iniciativa: Charlas mensuales en las escuelas públicas de Santo Domingo acerca del cuidado del medioambiente y la educación sobre el manejo de los residuos sólidos.

Tiempo: A corto plazo.

2. Iniciativa: Entrega de dos becas anuales para la realización de cursos de inglés en la universidad APEC de Santo Domingo

Tiempo: A mediano plazo.

3. Iniciativa: Colocación de dos puntos de reciclaje.

Tiempo: A mediano plazo.

4. Iniciativa: Incorporación de nueva línea de productos que sirva como sustituto y alternativa para los productos que dañan el medioambiente como el plástico.

Tiempo: A mediano plazo.

5. Iniciativa: Desarrollo de políticas de inclusión que aseguren la igualdad de todos los colaboradores, sin importar su sexo, cultura, religión, color, etc. A la vez asegurando que se ofrecen los puestos de trabajo a cualquier persona que sea capacitada y tenga los conocimientos y habilidades necesarias para el puesto, sin importar su sexo, cultura, religión, color, etc.

Tiempo: A mediano plazo.

6. Iniciativa: Entrega de 50 kits de materiales escolares a los niños de clase social baja

Tiempo: A largo plazo.

7. Iniciativa: Contribución a la fundación “Abriendo Camino”

Tiempo: A largo plazo.

8. Iniciativa: La capacitación del personal a través de los cursos online, para aportar a su desarrollo profesional. Cada año se deben capacitar 10 empleados del área de contabilidad, administración, negocios internacionales.

Tiempo: A largo plazo.

9. Iniciativa: La implementación de paneles solares para evitar el exceso de consumo de energía eléctrica, y sustituirla con energía renovable.

Tiempo: A largo plazo.

10. Iniciativa: Desarrollar un código de ética y manual de crisis para eficientica todos los procesos de la empresa.

Tiempo: A largo plazo.

PLAN DE ACCIÓN			
AREAS	CORTO PLAZO (3 meses)	MEDIANO PLAZO (6 meses)	LARGO PLAZO (1 año)
COMUNIDAD		-Entregar 2 becas -Establecer puntos de reciclaje	-Entregar 50 kits escolares -Contribuir a la fundación
COLABORADORES			La capacitación del personal
MEDIOAMBIENTE		Incorporar línea de productos sustentables	Implementar paneles solares
EDUCACIÓN	Charlas para escuelas publicas de Santo Domingo		
DIVERSIDAD		Desarrollo de politicas	
GOBERNANZA			Desarrollo de un código de ética y manual de crisis

6.2.5. Responsabilidades

Dentro del plan de acción se encuentran los siguientes responsables:

- El gerente del proyecto que asigne las responsabilidades y controle el proceso de la realización de todas las tareas asignadas.
- El encargado de comunicación y prensa.
- Voluntarios que se encarguen de concientizar a los estudiantes en los colegios a través de las charlas, estos pueden ser empleados de ALINCA.

ACTIVIDADES	RESPONSABLE
Charlas mensuales	Voluntarios
Becas anuales comunidad	Encargado de comunicacion/ Gerente de proyecto
Incorporación puntos reciclajes	Gerente de proyecto
Incorporación línea de productos sustentables	Encargado de comunicacion/ Gerente de proyecto
Desarrollo de políticas	Gerente de proyecto
Entrega Kits Materiales escolares	Voluntarios/ Encargado de comunicación
Contribución fundación Abriendo Caminos	Voluntarios/ Encargado de comunicación
Capacitación del Personal	Gerente de Proyecto
Implementación Paneles solares	Gerente de Proyecto/ gerente general
Desarrollo código de ética/ Manual de crisis	Gerente de Proyecto/ gerente general

Todos estos responsables son claves para llevar a cabo el desarrollo de todas las iniciativas. Se encargaran de velar que se desarrollen todos los procesos de manera eficiente logrando todos los objetivos propuestos.

6.3. Implementación

6.3.1. Capacitación y formación de actores aliados

Para la implementación del Plan de Responsabilidad Social empresarial de ALINCA, es esencial capacitar a los actores aliados que formarán parte de este mismo. Estos actores son conocidos como:

- Colaboradores: Estos forman parte de la mayoría de las iniciativas propuestas.
- Gerente del proyecto: Será incorporado mediante el desarrollo del plan de responsabilidad social, con el objetivo de que controle todo el proceso de las iniciativas y realización de las tareas. Este se le proveerá capacitaciones en cuanto al tema en general, los propósitos, misión, visión y todo en torno a la empresa.
- Voluntarios: Estos son parte esencial de las iniciativas, ya que participan activamente en todo el desarrollo de actividades, capacitaciones y entre otros. Estos se capacitan mediante las charlas que se impartirán sobre la concientización y manejo de residuos sólidos.
- Comunidad: Estarán involucrados en algunas de las iniciativas.

Se destaca que cada iniciativa tiene un proceso de capacitación para que los actores que formarán parte de esta, estén totalmente aptos para desarrollar todas las funciones.

Iniciativas:

1. Incorporación de energía limpia dentro de la empresa (paneles solares):

Capacitación: A todos los colaboradores de la empresa se les proveerá capacitación sobre eco eficiencia en el lugar de trabajo.

2. Introducción de líneas de productos sostenibles:

Se capacita a los colaboradores y clientes sobre el uso de estos productos y reciclaje.

3. Charlas sobre concientización del cuidado del medio ambiente:

Capacitación: Se le proveerán a los voluntarios entrenamientos y cursos sobre el cuidado del medio ambiente y todo en torno al manejo de residuos sólidos. Con el objetivo que estos puedan ser multiplicadores y concienticen a los estudiantes sobre estos temas.

4. Entrega de becas a estudiantes de la comunidad:

Proceso: Esta iniciativa se aplicará en la comunidad enfocada en estudiantes vulnerables que tengan un buen promedio en su bachiller y que cuente con sentido de superación. Estos aportes serán para mujeres y hombres mayores de 16 años.

5. Desarrollo de políticas de inclusión:

Proceso: Todo aquel que aplique para un puesto en la empresa ALINCA, será evaluado por sus capacidades y no por su apariencia, sexo, religión, educación, etc.

6. Incorporación del código de ética y manual de crisis:

Capacitación: Todo miembro de ALINCA, deberá conocer el manual de crisis y el código de ética de la empresa.

7. Contribución a la fundación “Abriendo Caminos”:

Proceso: Se le contribuirá una donación anualmente a la fundación para el desarrollo de la comunidad.

8. Capacitación del personal:

Proceso: Todo aquel que sea colaborador de la empresa ALINCA, tendrá la opción de tomar cursos online para su desarrollo profesional.

9. Incorporación de puntos de reciclaje:

Capacitación: Esta iniciativa se implementará en lugares estratégicos para que la comunidad tenga total acceso.

10. Entrega de Kits escolares:

Proceso: Esta iniciativa está enfocada hacia estudiantes de la comunidad que poseen escasos recursos.

6.3.2. Desarrollo esquema de control para documentar

Para garantizar que todas las iniciativas propuestas se desarrollen de manera adecuada, se contará con formularios de revisión que serán entregados al responsable para presentar los avances y el progreso de las iniciativas.

El formulario de control y revisión, tiene como objetivo verificar y ver el nivel de avance que lleva cada iniciativa, con el propósito de llevar un mayor control en cada etapa de desarrollo de estas. A continuación se presenta un modelo genérico que será utilizado como esquema de control.

FECHA DE EMISIÓN:
FECHA DE REVISIÓN:

FORMULARIO REVISIÓN INICIATIVAS

INICIATIVA:
RESPONSABLE:
DIRIGIDO A:
FECHA:

ACTIVIDADES O TAREAS

PORCENTAJE DE AVANCE EN BASE A 100

OBJETIVOS LOGRADOS

ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:
-----------------------	----------------------	----------------------

SUGERENCIAS

Este modelo será realizado cada dos meses y entregado al gerente del proyecto, con fines de supervisión de tiempo, desarrollo y avance. De esta manera se obtendrá un mejor resultado de todos los procesos.

A continuación se presenta un esquema detallado de cómo se desarrolla cada etapa:

ETAPAS	OBJETIVOS	FECHA	RESPONSABLE
Etapa 1			
Reunión de todos los departamentos	Verificar que todo este apto para inicio del plan RSE	1-3 meses	Gerente de Proyecto
Charlas informativas en los centros educativos	Concientizar sobre el cuidado medio ambiental	1-3 meses	Voluntarios
Etapa 2			
Incorporacion de Código de Ética	Crecimiento de eficiencia y buenas prácticas.	1-2 meses	Gerente de Proyecto
Incorporacion de Manual de Crisis	Mejor manejo de la empresa/mayor eficiencia.	1-2 meses	Gerente de Proyecto
Publicacion de actividades en Redes sociales, ect	Alto reconocimiento/ mejor posicionamiento.	1-2 meses	Encargado de comunicación
Talleres educativos para colaboradores	Mejor capacitacion y desarrollo de cada miembro de la empresa	1-2 meses	Gerente de Proyecto
Cotizacion costos línea desechables PET	Menor impacto ambiental/ sostenibilidad	1-4 meses	Gerente de Proyecto
Etapa 3			
Introduccion al mercado plasticos eco-amigables PET	Alto posicionamiento/ empresa sostenible	1-2 meses	Encargado de comunicación
Desarrollo principio incorporación energía limpia	Convertirse en una empresa socialmente responsable.	1-2 meses	Gerente de Proyecto
Desarrollo informe de sostenibilidad	Mantener siempre iniciativas RSE/ Empresa sostenible	1-2 meses	Gerente de proyecto

Se dividen en tres etapas en las cuales se desarrollarán a largo, corto y mediano plazo, con el objetivo que dicha empresa siempre esté involucrada socialmente.

6.3.3. Definición de cronograma de implementación y registro

A continuación se presenta el cronograma del Plan de Responsabilidad Social, dentro del primer mes se debe llevar a cabo las reuniones de inicio de la implementación, análisis y descripción de los cargos, revisión de la misión, visión y objetivos para que todos tengan los conocimientos de que se trata el plan, cuál es su propósito y cómo se llevará a cabo. Dentro del segundo mes se realizan todos los ajustes, revisión y modificación necesaria. Y a partir del segundo mes se lleva a cabo la primera iniciativa, la implementación de las charlas en las escuelas públicas. Dentro de los siguientes meses se llevan a cabo las demás iniciativas y por último se realiza un informe de sostenibilidad para demostrar los logros que alcanzó la empresa en el tema de responsabilidad social.

6.4. Comunicación

6.4.1. Desarrollo de estrategia y plan de comunicación

El grupo de interés de la empresa ALINCA vienen siendo los jóvenes de la comunidad de villas agrícolas, que cuentan con escasos recursos con sentido de superación; los colaboradores de ALINCA; consumidores interesados en alternativas eco-amigables y la comunidad en general.

Los mensajes serán comunicados a través de los siguientes medios:

- Canales offline: los periódicos locales, sesiones formativas.
- Canales online: redes sociales.
- Comunicación interna: sesiones formativas.

A través de los periódicos y las redes sociales se comunicará el compromiso de ALINCA con la sustentabilidad y que esta viene siendo una empresa socialmente responsable. Por otro lado se anunciarán becas que se ofrecerán a los estudiantes de la comunidad graduados con honores de escuelas públicas, entusiasmados a realizar estudios de inglés en la universidad APEC de República Dominicana, Santo Domingo. Igual se demostraran los productos eco-amigables que la misma ofrece y se va a recalcar que estos concientizan a la comunidad sobre el cuidado del medioambiente a través de las charlas. Igual se menciona que la empresa ofrece a sus colaboradores programas de superación y desarrollo para su crecimiento profesional. A través de las reuniones y sesiones formativas se enseñará el código de ética y el manual de crisis a los empleados.

PLAN DE COMUNICACIÓN			
ASPECTOS A COMUNICAR	TIEMPO	DESTINATARIO	METODOLOGÍA
EL CÓDIGO DE ÉTICA y MANUAL DE CRISIS	-Continua -Nuevos empleados	Los empleados	Sesión formativa
BECAS	Enero(cada año)	La comunidad	-Redes sociales -Los periódicos
PRODUCTOS ECO-AMIGABLES	Continua	La comunidad	-Redes sociales -Los periódicos
EL COMPROMISO CON LA SUSTENTABILIDAD	-Continua -Nuevos empleados	-La comunidad -Los empleados	-Redes sociales -Los periódicos -Sesión formativa
PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN DEL PERSONAL	-Continua -Nuevos empleados	-La comunidad -Los empleados	-Redes sociales -Los periódicos -Sesión formativa

6.4.2. Informe de sostenibilidad

A continuación se presenta lo que sería el ejemplo del primer informe de sostenibilidad de ALINCA para demostrar los logros que esta llegó a alcanzar en el tema de Responsabilidad Social Empresarial.

Tabla de contenido:

Carta del director.....	3
Perfil de la empresa.....	4
Enfoque sustentable.....	5
Medioambiente.....	6
Comunidad.....	7
Nuestros logros.....	8

Introducción:

A través de este reporte compartimos nuestro primer informe de Sustentabilidad, el cual incluye nuestros logros, retos y avances hacia una vida más sostenible y consumo responsable. Este año hubo varios cambios que nos han convertido en una empresa ecológicamente responsable y no nos vamos a detener aquí!

Carta del director:

Iniciamos nuestras labores en el año 1989 como Centro Comercial Los Polancos, en Santo Domingo, con sólo 20 empleados. Hoy, nos hemos transformado en una empresa con buen posicionamiento en el mercado de consumo, recibiendo alta aceptación por nuestros clientes. Nos hemos enfocado en promover un desarrollo sustentable y consumo responsable, invirtiendo en ideas, iniciativas y proyectos de Responsabilidad Social. Nuestra intención es contribuir con el desarrollo ambiental, logrando así ser una empresa responsable y obtener mayor acercamiento con la comunidad.

Presentamos nuestro primer Informe de Sustentabilidad y compartimos con ustedes nuestros logros y avances del desarrollo de responsabilidad social.

Sr. Juan Pablo Polanco,

Director de ALINCA

Perfil de la empresa

La empresa está conformada por más de 100 empleados de más de 5 nacionalidades diferentes. ALINCA tiene más de 30 años en el mercado dominicano y viene siendo uno de los mayores suplidores dominicanos hacia las bodegas, supermercados y almacenes de alta calidad que importa productos de alta calidad. Los productos que esta ofrece son las uvas, manzanas y alternativas ecológicas del plástico. Sus clientes son tanto mayoristas como minoristas, de nivel socioeconómico B, B- y C.

Enfoque sustentable

Nuestro camino hacia la sustentabilidad y el cuidado del medioambiente.

En 2021 hemos identificado los temas más importantes que tenemos que desarrollar en base a las prioridades de la empresa, para convertirse en una empresa socialmente responsable. Desde entonces, nos hemos enfocado en varias iniciativas y proyectos, aportando al medioambiente y a la comunidad. En el 2022 instalamos paneles solares para evitar el sobreuso de la energía, sustituyéndola por energía renovable. Nuestro objetivo es buscar que todas las operaciones realizadas por ALINCA tomen en consideración el medioambiente, la comunidad y la rentabilidad.

Medioambiente

Nuestro objetivo es reducir el impacto ambiental generado por la empresa, a través de la utilización de los recursos naturales de forma más eficaz. Sabemos que es nuestro deber concientizar sobre la importancia de cuidar el medioambiente tanto a los empleados como a los jóvenes, y educar sobre la consecuencia de nuestros actos en el planeta. Buscamos alternativas ecológicas a los plásticos y empaques de nuestros productos porque sabemos que tenemos una responsabilidad muy grande de no solo concientizar a los demás pero también tomar acciones y ser parte de la solución.

Comunidad

Protegemos y cuidamos de nuestra comunidad, concientizamos sobre la importancia de cuidar el entorno que nos rodea. Buscamos establecer condiciones que ayuden a nuestra comunidad a mejorar sus hábitos, adoptando un nuevo estilo de vida que permita reducir su impacto ambiental y aprender a cuidar el medioambiente. A través del voluntariado buscamos ayudar y apoyar a nuestra comunidad, realizando charlas mensuales sobre el cuidado del medioambiente y el manejo de residuos. Ofrecemos becas para los estudiantes de escuelas públicas y contribuimos a las fundaciones dominicanas.

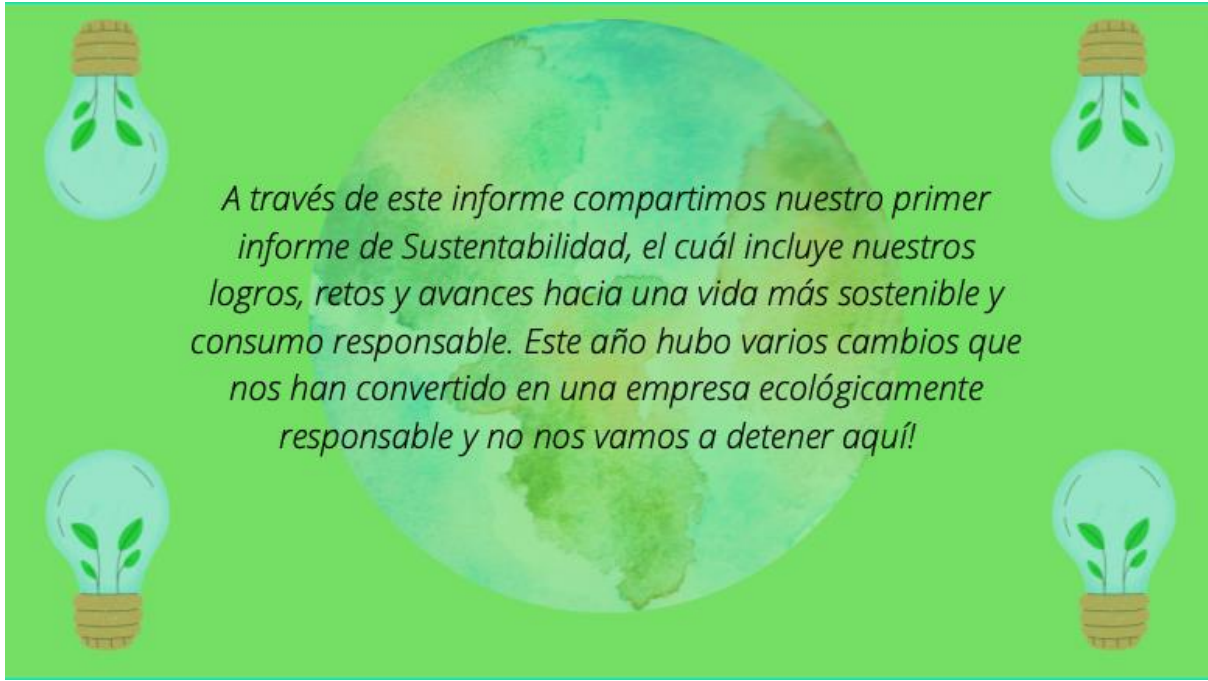
Nuestros logros

- Inversión social.
- Alternativas ecológicas de plástico.
- Uso de energía renovable.

- US \$200,000.00 invertido en el cuidado del medio ambiente.
- +5 nacionalidades.
- +100 colaboradores.
- Contribuimos a las fundaciones dominicanas.
- Charlas mensuales sobre el cuidado del medioambiente.

A continuación está la representación gráfica de nuestro primer informe de sostenibilidad:

	 Carta del director	03
	 Perfil de la empresa	04
	 Enfoque sustentable	05
	 Medioambiente	06
	 Comunidad	07
	 Nuestros logros	08



Carta del Director

Iniciamos nuestras labores en el año 1989 como Centro Comercial Los Polancos, en Santo Domingo, con solo 20 empleados. Hoy, nos hemos transformado en una empresa con buen posicionamiento en el mercado de consumo, recibiendo alta aceptación por nuestros clientes. Nos hemos enfocado en promover un desarrollo sustentable y consumo responsable, invirtiendo en ideas, iniciativas y proyectos de Responsabilidad Social. Nuestra intención es contribuir con el desarrollo ambiental, logrando así ser una empresa responsable y obtener mayor acercamiento con la comunidad.

Presentamos nuestro primer Informe de Sustentabilidad y compartimos con ustedes nuestros logros y avances del desarrollo de responsabilidad social.

*Sr. Juan Pablo Polanco,
Director de ALINCA*



Perfil de la empresa

+100 colaboradores

+5 nacionalidades

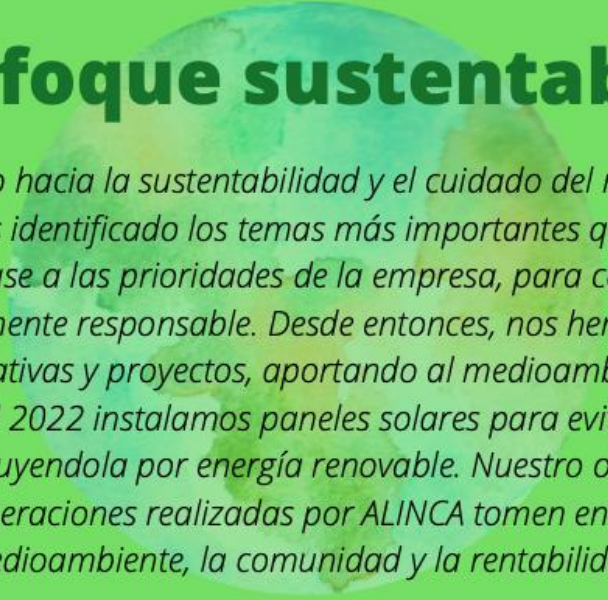
Más de 30 años en el mercado dominicano

Uno de los mayores proveedores dominicanos hacia las bodegas, supermercados y almacenes de alta calidad

Categoría de productos: manzanas, uvas, alternativas ecológicas al plástico

Cientes: Mayoristas y Minoristas
Nivel socioeconómico: B, B-, C

Productos importados de alta calidad



Enfoque sustentable

Nuestro camino hacia la sustentabilidad y el cuidado del medioambiente. En 2021 hemos identificado los temas más importantes que tenemos que desarrollar en base a las prioridades de la empresa, para convertirse en una empresa socialmente responsable. Desde entonces, nos hemos enfocado en varias iniciativas y proyectos, aportando al medioambiente y a la comunidad. En el 2022 instalamos paneles solares para evitar el sobreuso de la energía, sustituyéndola por energía renovable. Nuestro objetivo es buscar que todas las operaciones realizadas por ALINCA tomen en consideración el medioambiente, la comunidad y la rentabilidad.

Medioambiente

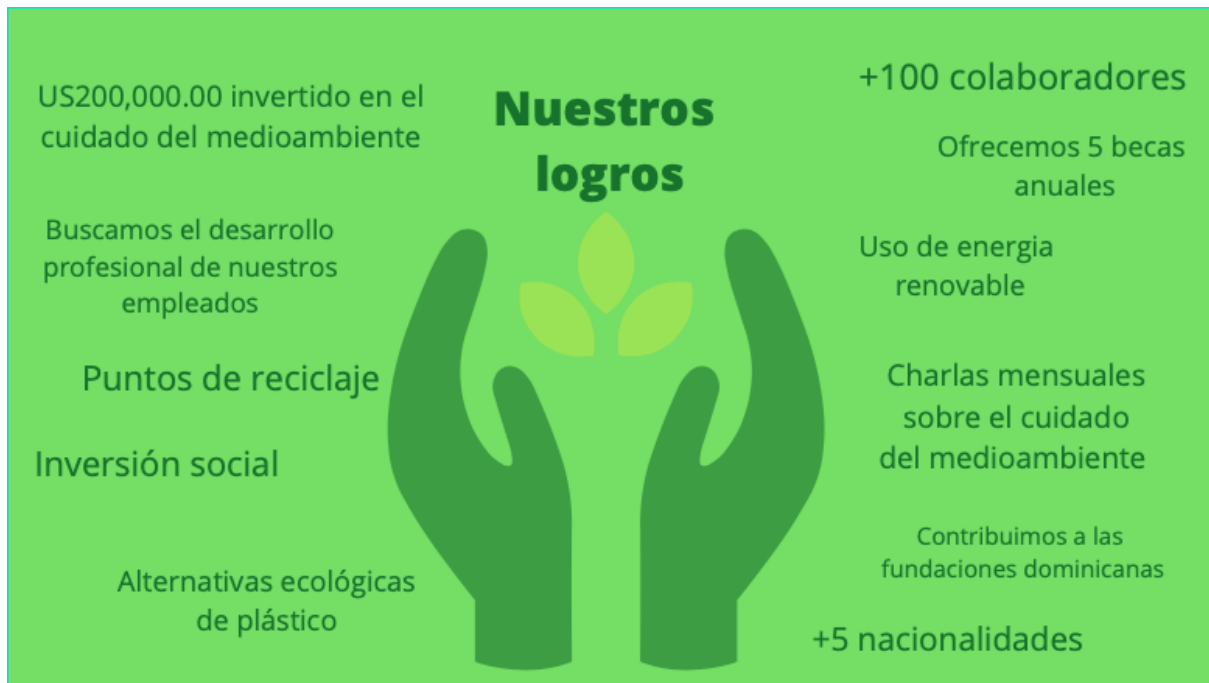


Nuestro objetivo es reducir el impacto ambiental generado por la empresa, a través de la utilización de los recursos naturales de forma más eficaz. Sabemos que es nuestro deber concientizar sobre la importancia de cuidar el medioambiente tanto a los empleados como a los jóvenes, y educar sobre la consecuencia de nuestros actos en el planeta. Buscamos alternativas ecológicas a los plásticos y empaques de nuestros productos porque sabemos que tenemos una responsabilidad muy grande de no solo concientizar a los demás pero también tomar acciones y ser parte de la solución.

Comunidad

Protegemos y cuidamos de nuestra comunidad, concientizamos sobre la importancia de cuidar el entorno que nos rodea. Buscamos establecer condiciones que ayuden a nuestra comunidad a mejorar sus hábitos, adoptando un nuevo estilo de vida que permita reducir su impacto ambiental y aprender a cuidar el medioambiente. A través del voluntariado buscamos ayudar y apoyar a nuestra comunidad, realizando charlas mensuales sobre el cuidado del medioambiente y el manejo de residuos. Ofrecemos becas para los estudiantes de escuelas públicas y contribuimos a las fundaciones dominicanas.





6.5. Seguimiento y medición

6.5.1. Definición de indicadores

A lo largo del año la empresa ALINCA logrará:

- 2 personas anualmente becadas
- 2 puntos de reciclajes
- 50 Kits escolares
- 10 empleados capacitados
- 340 de Paneles solares instalados
- 24 Charlas de concientización realizadas
- 1 Políticas de inclusión realizadas
- 1 Código de ética realizados
- 1 Manual de crisis realizado

6.5.2. Desarrollo del plan de seguimiento y monitoreo

De conformidad con lo previsto, la aprobación del Plan de Responsabilidad Social corresponde al consejo de Administración, el cual adoptará todas las medidas necesarias para la implementación, supervisión, desarrollo y revisión de este plan.

Se constituye que estos tienen atribuidas:

- Supervisión de cumplimiento de los criterios de este plan de responsabilidad social.
- Seguimiento de la estrategia, actividades y prácticas del plan de responsabilidad social así como la evaluación de su grado de consecución.

6.6. Revisión y mejora

6.6.1. Revisión por la dirección

“¡ Los felicito por un muy buen trabajo! Me ha impresionado la calidad del plan, igual que las propuestas e ideas proporcionadas. Se evidencia que ALINCA tiene mucho potencial y oportunidades para convertirse en una empresa más sostenible. Sin embargo, analizando las metas que se planean llevar a cabo puede destacar que algunos puntos no toman en consideración el tiempo que se necesita para realizar cada propuesta, por lo que recomiendo analizar e investigar la magnitud de estas metas y aplicar un plazo de tiempo adecuado. Por otro lado entiendo que deben de tomar en cuenta el presupuesto de la empresa, para entender la cantidad que puede ser invertida en el desarrollo RSE de ALINCA.

En general el trabajo está muy bien formulado, sigan trabajando con el mismo entusiasmo! ”

Jorge Luis Rodríguez, Gerente General de ALINCA.

6.6.2. Realizar ajustes y mejoras

Para lograr que todas las iniciativas se cumplan correctamente, se tendrán que llenar formularios en los cuales se hará un reporte de ejecución al gerente del proyecto, y se le presentará a la alta directiva con fines de revisión y mejoras.

Un modelo genérico del formulario sería el presentado a continuación:

en consideración y el Plan de Responsabilidad Social se ha ajustado a las necesidades y capacidades de la empresa.

7. Alineación Estratégica

7.1. Presupuesto vinculado al plan de Responsabilidad Social Empresarial

A continuación se presentan los siguientes cuadros con las estimaciones presupuestarias de cada una de las iniciativas propuestas en el trabajo.

Podemos ver que en el presupuesto para el primer año, cada curso para los empleados de ALINCA tiene un costo alrededor de 1,141 pesos, por lo que el costo anual de la capacitación de 10 empleados equivale a 11,410 pesos dominicanos. Cada beca que se ofrecerá para realizar cursos en la universidad APEC es equivalente a 4,500 pesos, lo que equivale a un costo de 9,000 pesos anuales. Los 50 kits escolares tienen un precio de alrededor de 20,750 pesos en total, el costo de cada material por unidad que está incluido en el Kit se puede ver más adelante. Los puntos de reciclaje serían 6 basureros que cuestan en total alrededor de 6 mil pesos. Respecto a los paneles solares, el pago se divide en cuotas, por lo que sería un pago mensual durante los cuatro años. Los demás gastos pertenecen a los salarios y los gastos imprevistos.

El primer presupuesto describe gastos mensuales para el primer año. Los presupuestos que siguen después describen los gastos totales anuales de cada iniciativa y los salarios. Por lo siguiente se puede observar el presupuesto de los Kits de materiales escolares, donde se describe el costo de cada material por unidad, lo que equivale cada kit y el total de 50 kits. Y por último se explica el presupuesto de los paneles solares cuyo pago se divide en varias cuotas que se pagarán durante los cuatro años de manera mensual, lo que sería una inversión con beneficios a largo plazo.

Expresado en pesos dominicanos (RD\$)

PRESUPUESTO PARA 1er AÑO	Mes#1	Mes#2	Mes#3	Mes#4	Mes#5	Mes#6
Cursos (Edutin Academy)	\$1,141.00	\$1,141.00	\$1,141.00	\$1,141.00	\$1,141.00	\$1,141.00
Becas (cursos en APEC)			\$4,500.00	\$4,500.00		
Kits materiales escolares						
Puntos de reciclaje	\$2,842.01	\$2,842.01				
Contriucion a la fundación “Abriendo Camino”	\$10,000.00					
Paneles solares	\$165,410.52	\$165,410.52	\$165,410.52	\$165,410.52	\$165,410.52	\$165,410.52
<i>Salarios:</i>						
Gerente del proyecto	\$20,000.00	\$20,000.00	\$20,000.00	\$20,000.00	\$20,000.00	\$20,000.00
El encargado de la comunicación	\$15,000.00	\$15,000.00	\$15,000.00	\$15,000.00	\$15,000.00	\$15,000.00
Voluntarios	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Gastos imprevistos	\$300,000.00					
TOTAL	\$514,393.53	\$204,393.53	\$206,051.52	\$206,051.52	\$201,551.52	\$201,551.52

Mes#7	Mes#8	Mes#9	Mes#10	Mes#11	Mes#12
\$1,141.00	\$1,141.00	\$1,141.00	\$1,141.00		
\$20,750.00					
\$10,000.00					
\$165,410.52	\$165,410.52	\$165,410.52	\$165,410.52	\$165,410.52	\$165,410.52
\$20,000.00	\$20,000.00	\$20,000.00	\$20,000.00	\$20,000.00	\$20,000.00
\$15,000.00	\$15,000.00	\$15,000.00	\$15,000.00	\$15,000.00	\$15,000.00
\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
\$232,301.52	\$201,551.52	\$201,551.52	\$201,551.52	\$200,410.52	\$200,410.52

PRESUPUESTO PARA 1er AÑO	Cantidad	Precio por unidad	Total
Cursos (Edutin Academy)	10	\$1,141.00	\$11,410.00
Becas (cursos en APEC)	2	\$4,500.00	\$9,000.00
Kits materiales escolares	50	\$415.00	\$20,750.00
Puntos de reciclaje	2	\$2,842.01	\$5,684.02
Contribucion a la fundación "Abriendo Camino"	2	\$10,000.00	\$20,000.00
Paneles solares	12	\$165,410.52	\$1,984,926.24
<i>Salarios:</i>			\$0.00
Gerente del proyecto	12	\$20,000.00	\$240,000.00
El encargado de la comunicación	12	\$15,000.00	\$180,000.00
Voluntarios	12	\$0.00	\$0.00
Gastos imprevistos	1	\$300,000.00	\$300,000.00
TOTAL			\$2,771,770.26
PRESUPUESTO PARA 2do AÑO	Cantidad	Precio por unidad	Total
Cursos (Edutin Academy)	10	\$1,141.00	\$11,410.00
Becas (cursos en APEC)	2	\$4,500.00	\$9,000.00
Kits materiales escolares	50	\$415.00	\$20,750.00
Puntos de reciclaje	2	\$2,842.01	\$5,684.02
Contribucion a la fundación "Abriendo Camino"	2	\$10,000.00	\$20,000.00
Paneles solares	12	\$145,870.23	\$1,750,442.76
<i>Salarios:</i>			\$0.00
Gerente del proyecto	12	\$20,000.00	\$240,000.00
El encargado de la comunicación	12	\$15,000.00	\$180,000.00
Voluntarios	12	\$0.00	\$0.00
Gastos imprevistos	1	\$300,000.00	\$300,000.00
TOTAL			\$2,537,286.78

PRESUPUESTO PARA 3er AÑO	Cantidad	Precio por unidad	Total
Cursos (Edutin Academy)	10	\$1,141.00	\$11,410.00
Becas (cursos en APEC)	2	\$4,500.00	\$9,000.00
Kits materiales escolares	50	\$415.00	\$20,750.00
Puntos de reciclaje	2	\$2,842.01	\$5,684.02
Contriucion a la fundación "Abriendo Camino"	2	\$10,000.00	\$20,000.00
Paneles solares	12	\$123,637.06	\$1,483,644.72
<i>Salarios:</i>			\$0.00
Gerente del proyecto	12	\$20,000.00	\$240,000.00
El encargado de la comunicación	12	\$15,000.00	\$180,000.00
Voluntarios	12	\$0.00	\$0.00
Gastos imprevistos	1	\$300,000.00	\$300,000.00
TOTAL			\$2,270,488.74

PRESUPUESTO PARA 4to AÑO	Cantidad	Precio por unidad	Total
Cursos (Edutin Academy)	10	\$1,141.00	\$11,410.00
Becas (cursos en APEC)	2	\$4,500.00	\$9,000.00
Kits materiales escolares	50	\$415.00	\$20,750.00
Puntos de reciclaje	2	\$2,842.01	\$5,684.02
Contriucion a la fundación "Abriendo Camino"	2	\$10,000.00	\$20,000.00
Paneles solares	12	\$97,316.56	\$1,167,798.72
<i>Salarios:</i>			\$0.00
Gerente del proyecto	12	\$20,000.00	\$240,000.00
El encargado de la comunicación	12	\$15,000.00	\$180,000.00
Voluntarios	12	\$0.00	\$0.00
Gastos imprevistos	1	\$300,000.00	\$300,000.00
TOTAL			\$1,954,642.74

COSTO (1)KIT MATERIALES ESCOLARES	Precio por unidad	Unidades	Total anual
Lapiceros	4.50	3	\$13.50
Lapices	2.70	3	\$8.10
Cuderno	22.90	6	\$137.40
Mochila JOY SPORT negra	175.00	1	\$175.00
Lápices de colores 12 pcs	40	1	\$40.00
Estuche	28	1	\$28.00
Goma de borra súper	5	1	\$5.00
Regla plástica transparente 20 cm	8	1	\$8.00
TOTAL			\$415.00
TOTAL 50 KITS			\$20,750.00

COSTO PANELES SOLARES	Precio	Total anual
Monto cuota mensual 1er año	165,410.52	\$1,984,926.24
Monto cuota mensual 2do año	145,870.23	\$1,750,442.76
Monto cuota mensual 3er año	123,637.06	\$1,483,644.72
Monto cuota mensual 4to año	97,316.56	\$1,167,798.72
TOTAL		\$6,386,812.44

7.2. Análisis de retorno sobre la inversión (Beneficios)

Con la implementación de todas las iniciativas propuestas se obtendrán varios beneficios que permiten que la empresa mejore sus ventas, posicionamiento y obtenga mayor compromiso con la comunidad y los grupos de interés.

A continuación se presentan los beneficios:

1. Mejor posicionamiento en el mercado y de la marca:

Se obtendrá mejor posicionamiento, ya que la empresa se percibirá como una empresa socialmente responsable, que toma en cuenta su comunidad y el medioambiente en todos sus procesos, elevando lo que es su marca.

2. Fidelización de los clientes con la empresa:

Los clientes se sentirán más identificados con la empresa, ya que esta aporta a lo que es la comunidad, medio ambiente y educación.

3. Compromiso con la comunidad:

La comunidad apoyará siempre a la empresa debido a su alto desarrollo de actividades y apoyo a la comunidad.

4. Surgimiento de clientes potenciales:

Con la mayor incorporación en la comunidad y el medio ambiente, como consecuencia se generará mayor reconocimiento de la empresa, por lo que será más conocida y podrá adquirir nuevos clientes potenciales.

5. Compromiso y lealtad con el colaborador:

Surgirá una mejor relación con el colaborador de la empresa, ya que las iniciativas enfocadas hacia estos lograrán que se desarrollen más en el ámbito profesional y personal.

6. Identificación de los colaboradores con la empresa:

Los colaboradores se sentirán más identificados con la empresa, ya que a estos los toman en consideración y los ayuda a ser mejores personas y profesionales.

7. Relación eficiente entre Empresa-Gobierno:

Se obtendrá una relación fuerte con el gobierno, ya que la empresa aportará a lo que es la comunidad, educación, medio ambiente y el desarrollo profesional de sus empleados.

7.3. Alineación Personal

Dentro de las iniciativas propuestas se necesitaran apoyo de los siguientes departamentos para complementar cada una de ellas:

Para el desarrollo se necesitará ***el departamento de compras*** como ayuda para las iniciativas:

- Incorporación de puntos de reciclaje.
- Línea de productos sustentables.
- Contribución a la fundación “Abriendo Caminos”.
- Implementación de paneles solares.
- Entrega de becas para realización de cursos de inglés en APEC.

Se contará con el apoyo del ***departamento legal*** para desarrollar las siguientes:

- Desarrollo de código de ética y manual de crisis.

-Desarrollo de políticas que aseguren la igualdad de todos los colaboradores.

Por último se contará con el apoyo de **voluntariado corporativo y comunitario** para desarrollar las siguientes iniciativas:

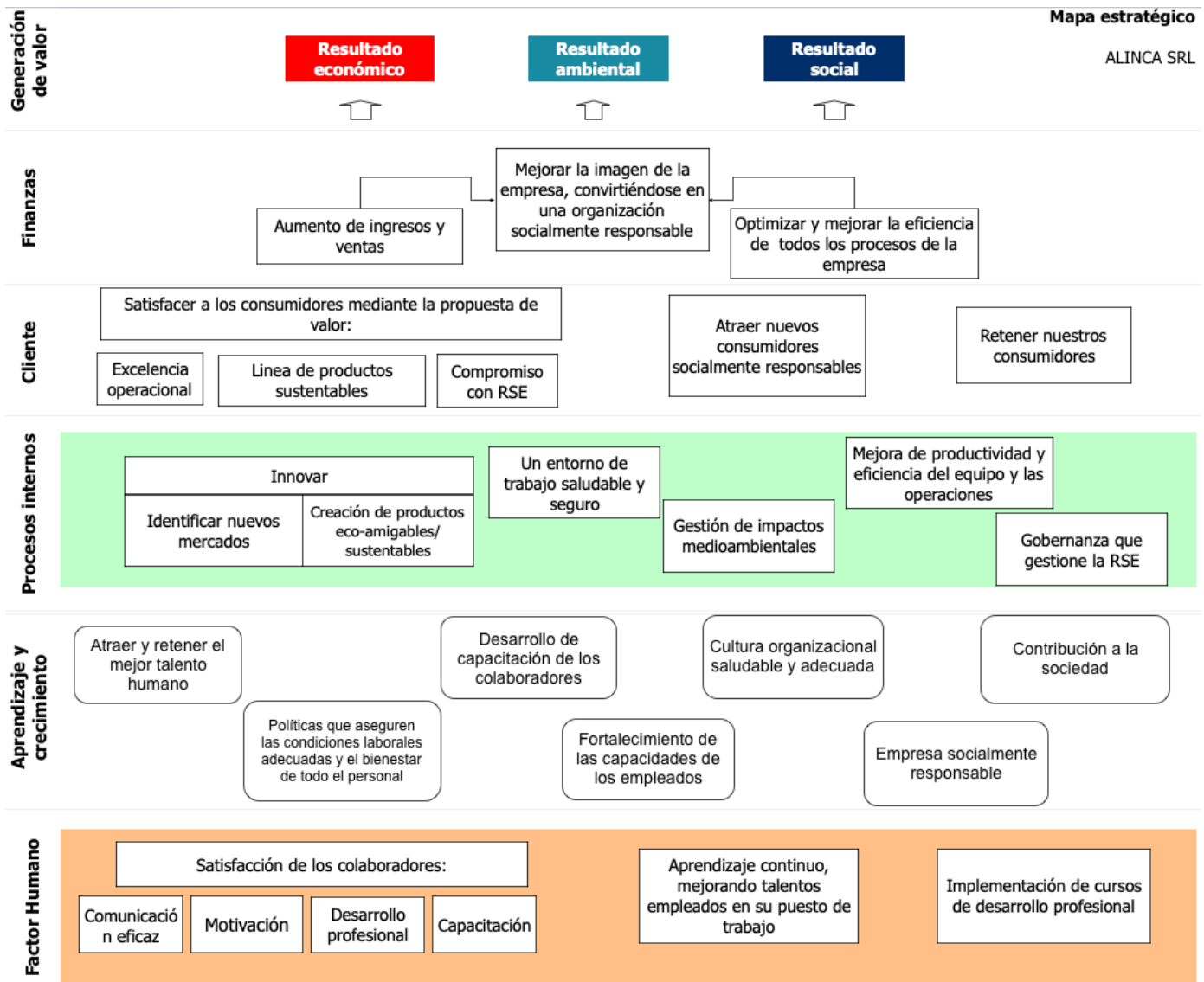
-Charlas mensuales en las escuelas públicas de Santo Domingo sobre concientización del medio ambiente.

-Charlas mensuales sobre el manejo de los residuos sólidos.

7.4. Mapa Estratégico

A continuación se presenta el mapa estratégico, el cual se enfoca en: el factor humano, aprendizaje y crecimiento, procesos internos, cliente y finanzas.

En la parte inferior se puede observar el factor humano dentro del cual tenemos la satisfacción de los colaboradores, el aprendizaje continuo y la implementación de cursos de desarrollo profesional. Luego está el proceso interno dentro del cual encontramos la innovación, mejora de productividad del equipo e incorporación de productos eco-amigables. Después sigue el cliente que se conforma por la satisfacción de las necesidades de los consumidores a través de la excelencia operacional, compromiso con responsabilidad social empresarial y una línea de productos sustentables. En finanzas se presenta el aumento de las ventas, la mejora de imagen de la empresa y la optimización de sus procesos lo que genera resultados económicos, ambientales y sociales.



Fuente: adaptado de "Plantilla para Mapa Estratégico" disponible en www.disostenible.org/DIS_Herramientas.htm

8. Conclusiones y Recomendaciones

8.1. Aspectos concluyentes

Al concluir con la presente propuesta para ALINCA SRL, se llega a la conclusión de que lograr la implementación de la RSE dentro de la empresa le genera fuertes ventajas competitivas dentro del mercado dominicano, generando un mejor posicionamiento de la marca, futuros clientes, aumentando la productividad, las ventas y logrando de esta manera ser un atractivo para los accionistas.

Como se puede ver, Almacenista Internacional Del Caribe (ALINCA) es una empresa que ha demostrado un crecimiento exponencial a lo largo de los años, es una empresa con altos valores humanos, personal calificado, que promueve los derechos de la empresa y el bienestar de los stakeholders. No obstante, mediante las investigaciones se ve que esta no realiza ningún aporte a la comunidad, sus colaboradores o al medioambiente, sin embargo esto puede ser el inicio de su camino hacia la sostenibilidad, de esta manera concientizando tanto a sus colaboradores como a la comunidad sobre la importancia de cuidar nuestro entorno y pensar a largo plazo.

Finalizada la investigación se puede decir que ALINCA tiene un buen potencial para convertirse en una empresa socialmente responsable, una empresa que toma en cuenta a la comunidad y la importancia del cuidado del medioambiente en todos sus procesos. ALINCA tiene la base necesaria para poder llevar a cabo todas las iniciativas propuestas anteriormente y hacerlo de una manera exitosa.

Se destaca que al implementar lo propuesto, la empresa ALINCA trabajará cumpliendo toda la legislación ambiental, reduciendo su impacto en el medio ambiente y a la misma vez generando un entorno de estabilidad en su operación, desarrollará nuevos mercados y fuentes de empleos, contribuirá a mejorar las condiciones y calidad de vida de la comunidad, formación educativa para los jóvenes aportando a desarrollar un ambiente de estabilidad y rentabilidad para sus operaciones, lo cual le generará una alta rentabilidad con todo el desarrollo de sus alternativas.

8.2. Recomendaciones

Al concluir con el presente trabajo se ha identificado que los colaboradores de ALINCA, debido a la falta de conocimientos sobre el tema de este proyecto, tendrían que ser capacitados sobre la Responsabilidad Social Empresarial, para que estos sean capaces de llevar a cabo todos los procesos.

Se sugiere la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial para un mejor posicionamiento en el mercado y para generar clientes fieles, convirtiéndola en una empresa más atractiva tanto para los consumidores como para los accionistas.

Se recomienda que las iniciativas y proyectos del presente proyecto sean evaluados a través de las encuestas con el fin de conocer el progreso de ALINCA y presentarlo a través de los Informes de Sostenibilidad de manera pública.

8.3. Bibliografía

Edutin Academy. (2021). from <https://edutin.com>

Esquema de un sistema de gestión de la RSE - Responsabilidad. (2021).
<https://www.responsablia.com/que-es-la-rse-como-llevarla-a-cabo/imagen-newsletter/>

(2021). <https://www.calidadpascual.com/data/pdf/politica-de-responsabilidad-social.pdf>

(2021).https://www.proconsumidor.gob.do/documentos/presentaciones/responsabilidad_social_empresa_un_nuevo_paradigma_Anadive.pdf

(2021).<https://www.cijc.org/es/NuestrasConstituciones/REP%20PÚBLICA-DOMINICANA-Constitucion.pdf>

(2021).<https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:es>

ANEXOS

ANEXO A

