

Plan de responsabilidad social para la mejora de la compañía Alkosto

Luis Alfonso Lucero Junca

Oscar Javier Lopez

Carlos Andres Doncel

Jenny Janneth Quintero Uní

Yesenia Contreras Leon

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios

Administración de Empresas

Diplomado de profundización en Gerencia Estrategica y Responsabilidad Social
Empresarial

Bogota, Mayo 2020

Plan de responsabilidad social para la mejora de la compañía Alkosto

Luis Alfonso Lucero Junca

Oscar Javier Lopez

Carlos Andres Doncel

Jenny Janneth Quintero Uní

Yesenia Contreras Leon

Asesor:

Yolanda Gonzalez

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios

Administración de Empresas

Diplomado de profundización en Gerencia Estrategica y Responsabilidad Social
Empresarial

Bogota, Mayo 2020

Contenido

Resumen	vi
Abstract	vii
Introduccion.....	1
Objetivos	2
Colombiana de comercio y/o Alkosto S.A.....	3
Organigrama Primer Plano	6
Diagnostico Empresa.....	6
Matriz dofa	7
Modelo de excelencia y competitividad Deming	7
Objetivo de mercadeo corporativo aplicable a la empresa.....	9
Objetivo de mercadeo social aplicable a la empresa	10
Identificar los Stakeholders	10
Participacion de los Stakeholders.....	11
Plan de comunicaci3n.....	12
Plan de acci3n Empresa Alkosto	15
Plan de Seguimiento para la Empresa Alkosto	16
Conclusiones	17
Referencias Bibliograf3a.....	18
Anexos.....	19

lista de tablas

tabla 1 diagnostico empresa alkosto	6
tabla 2 matriz dofa	7
tabla 3 gestion de comunicaciones	14
tabla 4 plan de accion	15
tabla 5 plan de seguimiento	16
tabla 7 formato diagnostico por observacion.....	21

Lista de figuras

figura 1 organigrama	6
figura 2 stakeholder	10
figura 3 participacion de los stakeholders	11

Lista de anexos

Anexo 1 E- book codigo de Etica.....	19
Anexo 2 Diagnostico por Observacion.....	20

RAE

Resumen analítico especializado –RAE-

1. Información general

Título	Plan de Responsabilidad social para la mejora de la compañía Alkosto
Autor	Luis Alfonso Lucero Junca Oscar Javier Lopez Carlos Andres Doncel Jenny Janneth Quintero Uní Yesenia Contreras Leon
Tipo de Documento	Trabajo de Grado del Diplomado
Director	Yolanda González
Año	2020
Palabras Claves	Alkosto, ambiental, diagnostico, empresarial, impactos, medios digitales, plan, responsabilidad social.

2. CONTENIDO

Resumen	Mediante diferentes estrategias con enfoque en la responsabilidad social buscamos crear apoyos y metas claras para la compañía alkosto que encamine a mantener y fortalecer su excelente servicio al cliente.
Problema de Investigación	La compañía alkosto busca mantenerse como líder en ventas en tecnología y electrodomésticos, mediante estrategias de mejora en la visibilidad y cobertura a nivel nacional y potencialización de la página web y medios digitales (redes sociales), mientras busca mitigar los impactos ambientales y sociales.
Metodología	Investigación Aplicada
Principales Resultados	- Se establece estrategias para fortalecer el acercamiento y visibilidad por medios web para nuestros clientes finales. -Establecimos un código de ética que guía a todos los involucrados con la compañía a un comportamiento ético,y de armonía organizacional que se refleje en excelente servicio al cliente. -identificar con claridad los stakeholders y su importancia en la compañía.
Conclusiones	con este proyecto comprendemos la necesidad de involucrar a todos los factores y entornos de la sociedad, los cuales son piezas fundamentales y necesarias para toda corporación, así mismo se logra identificar las necesidades, establecer objetivos, trazar las metas y crear las variables que permitan mejorar y crear nuevos espacios en el mercado y satisfacción de todas partes que intervienen y hacen parte de la empresa.
Referencias	- González, Y., Manzano, O., Torres, M.(2018). Categorías de análisis para un Plan de Responsabilidad Social Universitaria. Bogotá: Sello Editorial UNAD. Recuperado de http://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/book/issue/view/276 - Narváez, M. (2017). Teoría de los Stakeholders. [Archivo de video]. Recuperado de http://hdl.handle.net/10596/14060 - Montoya, J. (2016). Modelos organizacionales globales. UNAD. Recuperado de https://repository.unad.edu.co/handle/10596/8921

Resumen

La empresa seleccionada es una cadena de tiendas en Colombia llamada Alkosto, se caracteriza por ser líder en el sector comercial compitiendo con sus precios bajos, además de comercializar todo tipo de elementos básicos para la satisfacción de una gran variedad de necesidades, por esto vemos una gran oportunidad en expandirnos enfocándonos para el año 2022 en tener mayor presencia a nivel nacional llevando a cada uno de nuestros clientes la mejor experiencia de compra para así fidelizarlos, esto iniciando desde varias de nuestras estrategias de marketing interno y externo, donde deseamos involucrar nuestros clientes y a su vez mejorar nuestra visibilidad mediante la potencialización de marketing digital y redes sociales que a su vez nos ayudara a disminuir publicidad física que genera desechos e impacto ambiental siendo eficaces en nuestro proceso de responsabilidad social, adicional buscamos generar inclusión y reconociendo a todas las personas que interactúen de manera directa o indirecta con la compañía impulsando una mejor calidad de vida, en aspectos económicos y ambientales mediante planes de acción que nos lleven a impactar positivamente y cumpliendo protocolos establecidos para nuestra excelencia, igualmente siempre enfocándonos en incentivar y organizar nuestro personal mediante las políticas de la compañía y cumplimiento estricto de normas para garantizar la calidad de nuestros productos, el buen funcionamiento de todos los almacenes y generando valores corporativos al personal encargado en todas las áreas, para alcanzar la excelencia en conjunto como compañía y transmitirla mediante la prestación de nuestros servicios logrando la satisfacción del cliente.

Palabras claves

Alkosto, ambiental, diagnostico, empresarial, impactos, medios digitales, plan, responsabilidad social.

Abstract

The selected company is a chain of stores in Colombia called Alkosto, it is characterized by being a leader in the commercial sector competing with its low prices, in addition to marketing all kinds of basic elements to satisfy a wide variety of needs, for this we see a great opportunity to expand by focusing by 2022 on having a greater presence at the national level, bringing to each of our clients the best shopping experience in order to retain them, this starting from several of our internal and external marketing strategies, where we want to involve our clients and in turn improve our visibility through the enhancement of digital marketing and social networks that in turn will help us to reduce physical advertising that generates waste and environmental impact, being effective in our process of social responsibility, additionally we seek to generate inclusion and recognizing all people they interact man was direct or indirect with the company promoting a better quality of life, in economic and environmental aspects through action plans that lead us to positively impact and complying with established protocols for our excellence, also always focusing on incentivizing and organizing our personnel through the policies of the company and strict compliance with standards to guarantee the quality of our products, the proper functioning of all warehouses and generating corporate values for the personnel in charge in all areas, to achieve overall excellence as a company and transmit it through the provision of our services achieving customer satisfaction.

Key Words

Alkosto, business, diagnostic, digital media, environmental, impacts, plan , social responsibility,

Introduccion

El siguiente trabajo colaborativo tiene como fin dar a conocer el desarrollo y construcción del trabajo de grado donde elaboramos los planes de acción y mejoramiento.

En primera instancia seleccionamos a la empresa Alkosto y a su vez identificamos sus cualidades estratégicas en cuanto su nivel de desempeño social, económico y su competitividad en el medio que se desempeña su sostenibilidad hacia el futuro y la huella socio cultural que pueda dejar esta empresa. Posteriormente nos enfocamos en desarrollar un plan de responsabilidad social y económico que tengan un impacto positivo en la compañía, además de seleccionar un modelo de organización de talla tipo mundial que pueda ser aplicable en la empresa seleccionada como es Alkosto de Colombia.

Se logra identificar de manera oportuna la participación de los Stakeholders a los objetivos organizacionales, igualmente con el propósito de establecer un plan de comunicación, que pueda orientar inicialmente a nuestros consumidores mediante el variable de redes sociales, el cual se pueda difundir la subsistencia la actividad empresarial. Se propone la construcción del código de ética para la compañía, con una serie de valores que se enfoquen en la construcción de sus colaboradores, directivos, consumidores y proveedores. Por ultimo realizamos la construcción del plan de acción y seguimiento, en donde otorgamos una serie de estrategias en el factor económico social y ambiental, con la finalidad de buscar el mejoramiento continuo para la organización.

Objetivos

General.

Se busca implementar el plan de responsabilidad social para la empresa en el cual se logre hallar una organización sostenible a nivel económico, social y ambiental, con la empresa Alkosto se busca desarrollar estrategias adecuadas que permitan el control de control de calidad, con el propósito de obtener resultados optimos, para todas las áreas de la organización, desde planta, área comercial y directivos, enfocándose continuamente en servicio al cliente, dando prioridad a la fidelización seguimiento continuo a los consumidores finales.

Específicos

Elaborar un plan de acción que sea sostenible y que este abierto ante los cambios en el mercado actual, consiguiendo reconocimiento a nivel nacional.

Elaborar un plan económico que logre mejorar los indicadores del año 2019 vrs el año 2020 buscando siempre un porcentande de hasta el 30% de crecimiento.

Diseñar un plan de acción social con estrategias de alto impacto en las redes sociales, el cual permita subscriptores en la pagina de la empresa.

Como organización social y responsable con el medio ambiente, se implementa planes de mitigación de riesgos ecológicos y campañas para el buen uso de los recursos.

Manejar un Plan de seguimiento para los Stakeholders.

Colombiana de comercio y/o Alkosto S.A

El trabajo se desarrollara con la compañía colombiana de comercio y/o Alkosto, que es una cadena de tiendas netamente colombiana dedicada a la comercialización de electrodomésticos, llantas, motos, mercado y artículos para el hogar, enfocada en cumplir las necesidades de nuestros clientes con el mejor precio, la empresa está enfocada en cumplir sus promesas para sus clientes de toda índole, son líderes en ventas de electrodomésticos, llantas y hogar , las tiendas Alkosto fueron creadas para atender la necesidad de los clientes en obtener una solución en presentaciones de tipo familiar (presentaciones grandes) Alkosto empresa 100% colombiana funda su primera tienda en 1987 tomando como modelo almacenes de consumo masivo extranjeros como COSTCO (Alkosto.,2020)

Direccionamiento Estratégico

Vision. El negocio tiene proyectado para el 2022 cubrir la mayoría de las ciudades del país y así seguir posicionado como el mayor y mejor negocio de ventas en artículos de electrodomésticos , tecnología, telefonía, llantas, motocicletas y artículos para el hogar, desarrollar las mejores estrategias para incrementar las ventas en mercado, carnes , frutas y verduras para dar una total experiencia de compra a nuestro clientes con los mejores precios y la mejor calidad y que seamos recordados como una cadena moderna y de excelente servicio (Alkosto.,2020)

Mision. Alkosto es un almacén de tipo hipermercado que se dedica a la venta de productos masivos de electrodomésticos , tecnología, telefonía, llantas, motocicletas , artículos para el hogar , mercado, carnes , frutas y verduras , contamos con un grupo empleados con la mayor experiencia y conocimiento para satisfacer las necesidades de nuestros clientes Alkosto tiene el compromiso de calidad total y garantía en todos sus productos y así brindar a nuestros clientes una satisfacción total en sus compras creando una diferencia con nuestros competidores con calidad y servicio (Alkosto.,2020)

Filosofia. La compañía está enfocada en dar una total satisfacción a nuestros clientes, ofreciendo el mejor servicio y experiencia de compras con el apoyo del mejor personal totalmente calificado y experto para satisfacer las necesidades de nuestros clientes creando día a día nuevas estrategias que superen las expectativas

Políticas de calidad

- la compañía basa sus políticas de calidad y producción con estándares de buenas prácticas de manufacturas, garantizando la total calidad de sus productos que beneficien a los consumidores finales (Alkosto.,2020)
- Alkosto se certifica con las normas nacionales e internacionales HACCP y BPM y así garantiza la calidad de los productos realizados por Alkosto, estas certificaciones mantienen una supervisión constante a la calidad de los productos en general (Alkosto.,2020)
- Alkosto vela por cumplir todas las políticas y legislación de control de alimentos en Colombia y emitidas por el INVIMA

Valores de la compañía

Calidad. los productos de la compañía siempre cuentan con la mejor calidad y respaldo en garantía, excelencia y beneficios para sus clientes

Excelencia. contamos con los mejores servicios en ventas y productos que nos destacan dentro de todas las cadenas de supermercados

Rigurosidad. contamos con los productos y los servicios acordes a las necesidades de nuestros clientes siempre buscando satisfacer con exactitud y calidad lo que ellos buscan

Coherencia. Alkosto cumple con sus compromisos dados en su misión y visión general con sus valores, tratando a nuestros clientes con toda la ética profesional que esta integra en cada uno de los empleados para así desarrollar aspectos positivos en todas las experiencias de compra en todas las tiendas Alkosto y Ktronix

Pertinencia. la compañía tiene como compromiso satisfacer al cliente con productos de alta calidad que estén a la altura de los consumidores nunca escatimando en gastos para brindar esta calidad total e innovación

Aprendizaje y humildad. como una compañía colombiana siempre se busca el aprendizaje y la comprensión de nuestros clientes para así brindar mejoras constantes en nuestro servicio y calidad en todos los productos, tener las dimensiones de lo que esperan de la compañía para así corresponder a nuestros clientes con servicio donde nuestro cliente es el motivo y razón de ser para el funcionamiento de nuestras tiendas

Humildad. Estar dispuestos a aceptar los errores cuando sea necesario nuestras limitaciones para aprender de ellas y así fortalecernos y sacar partido de estos mismos errores todo con el fin de siempre mejorar en todos los procesos y servicios prestados

Compromiso Social

El deber de la compañía es desarrollar y planear mejoras constantes en la calidad de vida de la comunidad en general, desarrollar estrategias que permitan interactuar con la sociedad y las entidades estatales

Responsabilidad. Alkosto en toda su capacidad asume sus las decisiones con responsabilidad y reconoce sus errores afrontando las consecuencias que traen estos por sus acciones siempre de cara a brindar el mejor servicio

Ética. la compañía y su deber ser está fundamentado en la ética y el buen manejo de todas sus actividades teniendo así un buen nombre como empresa y ante sus clientes proveedores y empleados siempre en busca de la excelencia ante la sociedad que confía en nosotros como compañía

Calidad Humana. en Alkosto todos nuestros colaboradores internos y externos están convencidos de dar lo mejor en atención con el mayor respeto hacia toda la comunidad sin discriminaciones de ningún tipo ya que todos son importantes

Actitud Racional y Científica. Alkosto está orientada a seguir con los procesos, métodos y protocolos de las más altas calidades de tipo científico y tecnológico actual

Actitud Crítica Propositiva. somos defensores de las diferencias de opinión por eso la posición de la compañía es el respeto y la crítica constructiva que ayude a mejorar la situación de tipo social

Responsabilidad Social. la compañía crea y desarrolla constantes campañas para el mejoramiento de la comunidad con el fin de apoyar y mejorar sus condiciones de vida tanto a nuestros colaboradores como a la comunidad en general

Organigrama Primer Plano



Figura 1 Organigrama

Representación gráfica de la estructura de una empresa o una institución, en la cual se muestran las relaciones entre sus diferentes partes y la función de cada una de ellas, así como de las personas que trabajan en las mismas. Fuente Autoría Propia

Tabla 1

Diagnostico Empresa

Diagnostico Empresa

Formato de evaluación Impacto empresa ALKOSTO KTRONIX (negocio Retail)			
	Problema	Impacto	Prioridad de atención
Económico:	<p>Interno: capacidad logística e infraestructura</p> <p>Externo: mantener el liderazgo en ventas vs la competencia</p>	Mantenerse como la compañía número uno en ventas de tecnología y electrodomésticos, ya que su enfoque principal es la venta de estos artículos, en un ambiente de dura competencia con otras cadenas de hipermercados mantenerse es vital para la compañía	Media
Social:	<p>Interno: conciencia de capacidad con sus colaboradores</p> <p>Externo: conciencia de mejoras con los clientes</p>	La visibilidad de la compañía es componente social a su misma vez económico ya que con nuestra reputación ganada a pulso frente a nuestros clientes las finanzas se ven directamente afectada por eso la importancia de tener la mejor imagen social con nuestros clientes y proveedores	Media
Ambiental:	<p>Interno: planes de mejoramiento continuo</p> <p>Externo: conciencia ambiental general</p>	Alkosto y Ktronix cuenta con estándares y planes ambientales de mejoramiento continuo como manejo de residuos ,uso de energías y aguas residuales ,proyectos de energías renovables , adicional de su gran experiencia en la venta de carnes frescas avaladas por normas Icontec e ISO	Baja

Tabla 1 Diagnostico Empresa Alkosto

Nota. ISO son las siglas en inglés International Organization for Standardization. Fuente Autoría Propia

Tabla 2

Matriz Dofa

Matriz dofa

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Líderes en ventas de tecnología • Personal con experiencia y calidad • Los mejores precios por servicio • Servicio al cliente especializado • El mejor portafolio de servicios • Productos de la mejor calidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia con precios más bajos • Aumento de los precios por TRM • Accesibilidad y puntos de venta • Logística y forma del negocio • Planta física
<ul style="list-style-type: none"> • Incursión en ventas digitales • Mejoras en planta física y capacidad • Competitividad frente a la competencia • Apertura de puntos nuevos y estrategicos • Mejoras en los precios vs la competencia 	<ul style="list-style-type: none"> • la competencia con más posicionamiento • Precios más bajos en la competencia • Planes más fuertes de fidelización en la competencia • Poca demanda de productos por precios
Oportunidades	Amenazas

Tabla 2 Matriz Dofa

Nota. matriz DOFA (también conocida como matriz FODA, matriz DAFO) es una herramienta utilizada para la formulación y evaluación de estrategia. Generalmente es utilizada para empresas, pero igualmente puede aplicarse a personas, países, etc. Fuente *Autoría Propia*

Modelo de excelencia y competitividad Deming

“...Objetivo y características. su principal objetivo es garantizar que en toda la empresa este implementado un riguroso control de calidad y procesos para tener excelentes resultados, esta caracterizado por una gestión en círculo que hacen una producción muy efectiva con el ciclo planear hacer actuar y verificar todo precisamente siempre para su verificación, el carácter circular permite una atención continua a las mejoras en la calidad del proceso se debe vincular a toda la organización lo que crea un ambiente más productivo (Trejos, C. 2016)...”

Enfoque :esta orientada a la satisfaccion al cliente con un analisis y control exhaustivo de toda la cadena de sucesos y productividad dentro de la empresa siempre orientado a la mejora continua e implementacion de sus 14 puntos principales para su funcionamiento

- constancia: se propone mejorar constantemente los productos y servicios ofrecidos por la empresa manteniendose competitivo en todo momento
- nueva filosofia : siempre estar dispuestos a adoptar los cambios por la velocidad con la que se vive actualmente y los cambios en el mercado hace oportuno estar abierto a cambios en la filosofia siempre con el apoyo de los lideres
- la inspeccion : este punto propone la calidad total desde los insumos o materias primas con la confianza de tener los mejores proveedores para eliminar pasos inesesarios de inspeccion mejor tener la certeza que se cuenta con las mejores materias primas o los mejores productos para tener la confianza en el proceso
- las compras : de igual forma que en la inspeccion el precio no debe afectar las compras se debe contar con un proveedor de exelente calidad independiente del precio para tarbajar con total confianza en los productos finales, cuando se revisa el final del ejercicio la cslidad en materias primas abarata los costos totales por no generar perdidas por productos de mala calidad
- mejora continua : todos los procesos deben estar sometidos a monitoreo constante con el fin de mejorar los procesos enfocado a minimizar los costos
- entrenamiento: se deben capacitar constantemente a los empleados con el fin de que esten enterados de todos los procesos y de sus mejoras continuas
- liderazgo: los lideres deben estar enfocados a ser orientadores del los procesos que esten encargados revisando y aportando retroalimentando a los directores o gerentes los puntos a mejorar
- miedo : en las empresas se debe erradicar el miedo , se debe opinar y cuestinoar de una manera efectiva ya que esto genera ambientes propicios al mejoramiento
- barreras: no deben exixtir barreras internas en las organizaciones sino un ambiente compacto donde se esten orientados a los mismos objetivos comunes
- slogans : estos no aportan ninguna finalidad a los objetivos de la empresa
- cuotas : no se deben tener en cuenta cuotas numericas para los trabajadores o gerentes , se deben implementar mejoras continuas en los procesos y liderazgo por parte de los supervisores , laas cantidades por persona muchas veses eliminan la garantia de hacer las cosas bien por dar un resultado
- logros personales : se deben eliminar las comparaciones dentro de las organizaciones ya que estas crean tencion en todo el personal los meritos no son eficientes para premiar a los trabajadores

- capacitación : se debe establecer un cronograma de capacitación continua par todos los empleados y hacer visibles los objetivos de la compañía y nuevas formas de realizarlos
- transformacion : todos deben estar dispuestos al cambio y la transformacion de como realizar los procesos , todo con un buen liderazgo y un trabajo en equipo

Objetivo de mercadeo corporativo aplicable a la empresa

Con el estado actual de la empresa ALKOSTO Colombiana de comercio se debe contemplar la opcion de su expansión a nivel internacional , esta incursion se debe realizar inicialmente en paises vecinos como ecuador, Perú y panamá donde se puede tener un éxito con su modelo de negocio como líderes en tecnología y así poder ser líderes en el mercado nacional y extranjero.

Consolidar el mercado nacional mediante la expansión de almacenes y proyectar el mercado internacional bajo la experiencia de los clientes

“...Para alkosto, es importante tomar como ejemplo la corporación Index, la cual mediante el uso de sus principales socios tomo la imagen de grupo, con el fin de penetrar más mercados y con proyección a la expansión internacional, como base se aprovechó la buena imagen y éxito que estaba teniendo la cadena ZARA (Narváez, M. 2018)...”

En el caso de Alkosto mediante el gran impulso que tienen los centros comerciales y almacenes de cadena como hoy está constituida la empresa, se pueden penetrar mercados mediante el uso de sus productos estrella, como lo es la venta de motos y celulares, al igual que electrodomésticos a bajos costos y en promociones.

Inicialmente la empresa requiere un impulso a nivel nacional, llegando a mercados de ciudades como Medellín, Cali, Bucaramanga, Pereira, Cúcuta entre las más importantes a nivel nacional, esto con el fin de aumentar las ventas y promocionar la empresa atraves de los mismos clientes Por otra parte, las líneas como AKT motos, Ktronix y Kaley son las más sobresalientes, entre los socios, con estos se puede expandir a nivel internacional.

Objetivo de mercadeo social aplicable a la empresa

La empresa actualmente cuenta con programas de empleo y capacitación como lo es la alianza con la fundación BEST BUDDIES colombiana, este proyecto se debe ampliar o se debe crear un proyecto alternativo de capacitación para los egresados de el SENA con el fin de que se vinculen laboralmente a ejercer sus carreras técnicas y tecnológicas

Objetivo de mercadeo social y ambiental aplicable a la empresa

Colombiana de comercio debe enfocar esfuerzos en la protección del medio ambiente por esta causa se debe generar un proyecto de reciclaje especial en el área de cuartos de basuras donde de primera mano se clasifiquen todos los residuos aprovechables o reciclables se separan, los más importantes como cartón, plástico, metales y empaques vacíos se embalen y se comercialicen con una empresa que sea experta en el tema de reciclaje el valor de la venta de este reciclaje lo reciba alguna fundación que necesite el apoyo especial (Alonso, M. (2006).

Identificar los Stakeholders



Figura 2 Stakeholder

Un stakeholder sería toda aquella persona u organización que tenga algún tipo de relación o interés sobre el proyecto, trabaje o no en él. *Fuente Autoría Propia*



Figura 3 Participacion de los Stakeholders

Los stakeholders cada vez exigen más a las organizaciones y requieren de una participación más activa en las decisiones y actividades que puedan afectarlos. Una forma de comunicación es a través del diálogo con los stakeholders para conocer sus necesidades y expectativas y otra es a través de la rendición de cuentas de una organización para conocer cual de esas necesidades o expectativas fueron cumplidas. *Fuente Autoría Propia*

“...Participar en las diferentes decisiones que toma una compañía es de vital importancia para sus propios beneficios estos de tipo económico generalmente y los diferentes grupos interesados en estas decisiones se pueden encontrar en todos los niveles de una compañía ya sea interno o externo por eso la importancia de los Stakeholders

La compañía generalmente debe atender las decisiones de tipo interno por eso la importancia de los Stakeholders que se encuentran dentro del proceso productivo de la compañía es una estrategia que genera muy buenos resultados

Empleados. Los empleados de una compañía deben estar convencidos de su misión y visión ya que son una pieza clave en el engranaje de una compañía, cuando se está a gusto y convencido de su trabajo y servicio a la sociedad este mensaje se transmite hacia los clientes, esto también tiene muchos beneficios internos ya que ellos retroalimentan a la compañía, cuando hay una buena comunicación los mismos empleados transmiten ideas frescas que pueden llevar al éxito comercial de nuestra compañía por eso la importancia de una buena relación con los empleados

Directivos. Los directivos deben estar preparados a conciencia ya que ellos deben tomar las decisiones importantes del manejo y la administración de la compañía, tienen una gran

importancia en la cadena de manejo, comunicación y administración de recursos económicos en resumidas cuentas pueden llevar al fracaso o al éxito la compañía con su experiencia en el manejo

Propietarios. Los propietarios aportan el recurso económico y generalmente están al tanto de sus negocios ellos esperan el retorno de su inversión por esta causa se les presentan los informes e indicadores correspondientes para que se evalúe el progreso y rendimiento de la compañía dada por los demás participantes y de quiénes toman decisiones (Narváez, M;2017)...”

Plan de comunicación

“...Un Plan de Comunicación es aquel documento orientado a establecer los pasos necesarios para que la empresa tenga éxito

Alkosto cuenta con una imagen positiva que se debe a la comunicación que se da en la organización mediante herramienta para emitir mensaje e utilizable para informar ,persuadir , educar y cohesionar de esta forma construyen estrategia para la subsistencia de su actividad empresarial

La presencia de la empresa en las redes sociales va a cobrar mayor notoriedad en los sitios de redes sociales como Facebook, Twitter, Flickr, entre otros. (Lombana, J. & otros; s.f)...”

Lo hará con un objetivo claro que constituya el punto de partida para la creación de este plan de comunicación

Atra vez de la comunicación se entran en contacto con sus clientes, lo que implica una relación más estrecha, para lograr el éxito en la comunicación con los clientes se debe establecer:

Definición objetivos

Definir el target

Escoger las plataformas: Facebook, Twitter, Flickr, entre otras.

Por ultimo medir los resultados de las estrategias planteadas

- **Los objetivos del plan de comunicaciones**

Objetivos de corto plazo:

Aumentar las ventas

Expandir el negocio

Aumentar en un 15% el volumen de clientes

Objetivos de Mediano Plazo:

Expandirse en el mercado mundial un 5%

Aumentar en un 40% el volumen de clientes

Objetivo a Largo Plazo:

Aumentar al máximo los flujos de dinero a largo plazo.

Mejorar el beneficio económico

Tener la mayor credibilidad e imagen favorable del mercado

- Para ALKOSTO S.A se pueden utilizar diferentes métodos de comunicación en función de hacia que grupo de Stakeholders este orientado :
- ✓ Se pueden realizar encuesta para saber que opinión hay sobre la compañía
- ✓ Se deben realizar investigaciones sobre mercado constantes para tener claro la postura de los clientes
- ✓ Realizar constantes reuniones con proveedores y otros participantes de interes para Alkosto
- ✓ Dentro de sus políticas esta la responsabilidad social por eso se debe informar los avances sobre los proyectos implementados
- ✓ Todos los interesados deben estar informados sobre todos los avances en todas las áreas de la compañía , esta informacion es única y exclusiva en el sentido de su buena practica y no de intereses desleales o para la competencia
- ✓ Se deben realizar encuesta a clientes ya que estas dan a conocer los aspectos prioritarios de la gestión y las necesidades para mejorar y formar parte del programa de Responsabilidad Social. Facilitando priorizar y analizar las tendencias en las percepciones sobre los diferentes aspectos de la Responsabilidad Social.

Tabla 3

Gestión de la comunicación

Gestión de las comunicaciones							
Stakeholders	Frecuencia	Canal		Recursos			
				Físicos	Tecnológicos	Económicos	Personal
Empleados	Diario	Informe personal	de	Almacenes de cadena	Equipos PC Movil Tablet	Gasto de papelería Tinta \$100.000	Personal Encargado de cada Area
Directivos	Semanal	Reunion junta	de	Instalaciones Sala de juntas	Equipos Pc Video Beam Sonido	\$400.000 Papeleria Refrigerios Alquiler de equipos	Junta directiva personal administrativo
Propietarios	Mensual	Boletín informativo		N/A	Equipos PC Movil	Gasto en papelería \$100.000	Area Directiva
Cliente	Diario	Shif y redes sociales	y	Almacenes de cadena	Equipos PC Movil Sonido	\$500.000 Volanteo Merchandising	Area de Comunicaciones
Proovedor	Diario	Diálogos cara a cara		Almacenes de cadena y distribuidoras	Móvil PC	Orden de compras Papeleria \$100.000	Area de Logistica
Gobierno	Trimestral	Boletín informativo		Oficinas Administrativas	Equipos PC	Internet Papeleria \$400.000	Area Directiva
Sociedad	Diario	Radio tv eventos de la empresa	tv de la	Almacenes de cadena Lugares Estrategicos y alianzas comerciales	Equipos Sonido Video beam Móvil	Papeleria Publicidad Merchandising Logistica \$1.000.000	Area De comunicaciones Personal de Mercadeo
Medios de comunicación	Diario	Tv radio msm		NA	Pausas publicitarias radio y tv	Contrato de Medios \$10.000.000	Area de comunicacion
Competidores	Diario	Boletines		Oficina Adminsitrativo y calle	Movil Internet Tablets	Papeleria Otros \$100.000	Area de Mercadeo
Inversionistas	Mensual	Informe personal reunión presencial	de y	Almacen de cadena Oficina administrativa	Equipos PC Movil Video beam Sonido	Cafeteria Papeleria Alquiler de equipos \$400.000	Area Directiva

Tabla 3 Gestión de Comunicaciones

Nota. Stakeholder es una palabra del inglés que, en el ámbito empresarial, significa ‘interesado’ o ‘parte interesada’, y que se refiere a todas aquellas personas u organizaciones afectadas por las actividades y las decisiones de una empresa. Fuente Autoría Propia

Tabla 4 Plan de Accion

Plan de acción Empresa Alkosto						
Dimensión	Stakeholders	Objetivo	Estrategia	Plazo	Costo	Indicador
Económica	Consumidores , Colaboradores , Proveedores, Accionistas	Manejar estrategias comerciales, con marcas seleccionadas, impacto de comunicación. En el año 2019 no se logra impactar el área de tecnología como el fuerte en ventas por parte de la empresa Alkosto, Se busca un 25%	Relacionar asesoramiento continuo en la página de Alkosto, sobre la incursión de nuevos productos, y descuento. Con el propósito de incrementar el índice de ventas a un precio asequible para el consumidor y recordación de marca de la empresa Alkosto	3 meses	1.250.000.000	[(Ventas del presente año en tecnología/ventas del año 2019)-1] Variación
Social	Empleados Directivos Sociedad Medios de comunicación	Aumentar el crecimiento social y económico de las personas con discapacidad cognitiva a más del 50%	Actualmente Alkosto cuenta con 75 jóvenes trabajadores con discapacidad cognitiva, mediante la promoción de nuevas vacantes en nuevos cargos, en mantenimiento, se puede ampliar a más de 150 .	3 meses	1.000.000	[(#de personal con discapacidad/# de ingresos requeridos de personal con discapacidad)x100] Porcentaje
Ambiental	Trabajadores, Accionistas, Clientes, Comunidades	Mitigar en un 60% los factores de desecho de contaminación con las bolsas plásticas	Implementar empaques que sean reutilizables con el propósito de eliminar la bolsa plástica	6 meses	10.000.000	[-1(%Mitigación de bolsas plásticas del presente año/Nuevos empaques reutilizables)x100] Variación

Nota. Los indicadores son medios, instrumentos o mecanismos para evaluar hasta que punto o en que medida se están logrando los objetivos estratégicos. Fuente: *Autoría propia*

Tabla 5 Plan de Seguimiento

Plan de Seguimiento para la Empresa Alkosto					
Dimensión	Objetivo	Estrategia	Plazo	Indicador	Seguimiento
Económica	Manejar estrategias comerciales, con marcas seleccionadas, impacto de comunicación. En el año 2019 no se logra impactar el área de tecnología como el fuerte en ventas por parte de la empresa Alkosto	Relacionar asesoramiento continuo en la página de Alkosto, sobre la incursión de nuevos productos, y descuento del 10% cada 3 meses, este descuento aplica para el área de tecnología.	3 meses	[(Ventas del presente año en tecnología/ventas del año 2019)-1]	Se realizará una reunión semanal con los directivos y colaboradores de la empresa, verificando la página e inventarios de los almacenes, para así evidenciar las compras online y la rotación en los pdv. Con el propósito de incrementar el índice de ventas a un precio asequible para el consumidor y recordación de marca de la empresa Alkosto
Social	Aumentar el crecimiento social y económico de las personas con discapacidad cognitiva a más del 50%	Actualmente Alkosto cuenta con 75 jóvenes trabajadores con discapacidad cognitiva, mediante la promoción de nuevas vacantes.	3 meses	[(#de personal con discapacidad/# de ingresos requeridos de personal con discapacidad)x100]	El área de Talento humano debe realizar los programas de capacitación y seguimiento del personal contratado en base a las funciones que pide cada uno de los departamentos, as mismo ya se cuentan con los plazos, cantidades y necesidades que se requiere y pide la empresa por tal motivo el área de talento humano debe llevar la estadística de contratación y compararla con lo que se requiere en este objetivo. en nuevos cargos desde mantenimiento, se puede ampliar a más de 150 personas a nivel nacional
Ambiental	Mitigar en un 40% los factores de desecho de contaminación con las bolsas plásticas	Implementar empaques que sean reutilizables con el propósito de eliminar la bolsa plástica	6 meses	[-1(%Mitigación de bolsas plásticas del presente año/Nuevos empaques reutilizables)x100]	Mensualmente se revisara en los pdv, el manejo de la bolsa ecológica y la reducción de bolsa plástica. Para promover concientización en todas las áreas de la compañía y de paso, con el consumidor final

Tabla 5 Plan de Seguimiento

Nota. Seguimiento es la Observación minuciosa de la evolución y desarrollo de un proceso. Fuente: *Autoría propia*

Conclusiones

Actualmente la responsabilidad social y comportamiento ético de las empresas, juegan un papel trascendental y decisivo en el éxito del negocio, puesto que de esto depende el compromiso, unión y atracción de todos los stakeholders hacia la empresa. Para el caso puntual Alkosto en la actualidad es un negocio consolidado el cual requiere la orientación y planes para su expansión en el mercado, con este proyecto creamos una propuesta exitosa que debe ser implementada y permitiría a Alkosto lograr los objetivos corporativos que este requiere.

Igualmente destacando la importancia de el código de ética estableciendo normativas y conductas que guien a los trabajadores y cualquier individuo que interactue con nuestra compañía para mantener y garantizar un ambiente laboral y de experiencia sano honesto y con moralidad.

Puesto que esto nos ayudara a mantenernos en el camino de la excelencia y mejora tanto interna de trabajo como del servicio que ofrecemos.

Finalmente con este proyecto comprendemos la necesidad de involucrar a todos los factores y entornos de la sociedad, los cuales son piezas fundamentales y necesarias para toda corporación, así mismo se logra identificar las necesidades, establecer objetivos, trazar las metas y crear las variables que permitan mejorar y crear nuevos espacios en el mercado y satisfacción de todas partes que intervienen y hacen parte de la empresa.

Referencias Bibliografía

- Alonso, M. (2006). Marketing social corporativo: una estrategia de desarrollo comercial en España.. Recuperado de [https://ebookcentral-proquest.com.bibliotecavirtual.unad.edu.co/lib/unadsp/detail.action?docID=3199840](https://ebookcentral-proquest.com/bibliotecavirtual.unad.edu.co/lib/unadsp/detail.action?docID=3199840)
- Camargo, L. (2012). Video: como hacer un análisis FODA, para su empresa Recuperado de <https://youtu.be/cCUWrNbBEOc>
- Fernández, G. (2005). Responsabilidad social corporativa: una nueva cultura empresarial. Capítulo1. Alicante, ES: ECU. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2077/lib/unadsp/reader.action?ppg=1&docID=10431066&tm=1480379840947>
- González, Y., Manzano, O., Torres, M.(2018). Categorías de análisis para un Plan de Responsabilidad Social Universitaria. Bogotá: Sello Editorial UNAD. Recuperado de <http://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/book/issue/view/276>
- Lombana, J. & otros. Negocios internacionales: fundamentos y estrategias (2a. edición). Ediciones ECOE. Universidad del Norte. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/detail.action?docID=3224895>
- Montoya, J. (2016). Modelos organizacionales globales. UNAD. Recuperado de <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/8921>
- Narváez, M. (2018). Marketing Corporativo vs. Marketing social. [Archivo de video]. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10596/18149>
- Narváez, M. (2017). Teoría de los Stakeholders. [Archivo de video]. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10596/14060>
- Página oficial ALKOSTO, <https://www.alkosto.com/quienes-somos>
- Trejos, C. (20016). OVI Modelos organizacionales. [Archivo de video]. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10596/9748>

Anexos

Anexo A E-Book de ética para la empresa Alkosto

Anexo 1 E- bookCodigo de Etica

Link : <https://editor-storage.reedsy.com/books/135368/exports/success/9355e084-0fb9-4e34-9b07-28b4fe345e33/202004092354-codigo-de-etica-alkosto.zip>

Anexo B Diagnostico por observación

Anexo 2 Diagnostico por observacion

Económico	factores posibles	observaciones realizadas
	la compañía tiene competencia	tiene bastantes competidores en el mercado
	su competencia tiene el mismo modelo de negocio	si hay competencia con el mismo modelo de negocio en otras cadenas de supermercados
	las ventas de la competencia pueden ser superiores	no se tiene una informacion básica pero por la cantidad de tiendas es posible
	la competencia cuenta con más puntos de venta	si tiene más puntos de venta
	la competencia esta mayor posicionada	no tienen un posicionamiento igual al de ALKOSTO
	la competencia cuenta con más recursos financieros	por su cantidad de supermercados si tiene más musculo financiero
	la competencia desarrolla estrategias de mercadeo	si se desarrollan pero basados en otro foco del mercado
	cuenta con experiencia en ventas del negocio	se cuentan con más de 20 años en el negocio
	sus empleados cuentan con la capacitación necesaria	si se capacitan constantemente
Social	la compañía cuenta con reconocimiento	si cuenta con bastante trayectoria y reconocimiento de 20 años
	tiene proyectos sociales actuales	si tiene proyectos actuales como banco de alimentos y fundación best buddies
	sus compras son garantía de calidad para la comunidad	la compañía cuenta con respaldo de garantía para todos sus producto
	se han creado proyectos nuevos	no
	como percibe la comunidad a la compañía	tiene una imagen positiva y de calidad
	la percepción de la compañía frente a otras compañías	es de una competencia fuerte en ventas de artículos de tecnología
	la compañía puede aportar con ideas nuevas que beneficien a la comunidad	si , se debe crear un proyecto acorde o una iniciativa nueva
Ambiental	Alkosto cuenta con políticas de calidad y seguridad	cuenta con un código interno de manejo y políticas de seguridad
	políticas para controlar Contaminación por residuos	se manejan todos los códigos vigentes en la legislación colombiana
	políticas para el manejo y Consumo excesivo de materias primas	para esta se trabaja de la mano con entidades del gobierno como los ministerios correspondientes
	políticas para manejar el Agotamiento de recursos naturales por desperdicio	la compañía tiene sus políticas internas para el manejo de recursos

Peligros por estructuras y locaciones	la compañía tiene vigente una revisión con el área de mantenimiento de manera diaria
Peligros de tipo psicosocial o por estrés	el área de recursos humanos cuenta con un código interno además de acatar la legislación vigente

Tabla 6 Formato Diagnostico por Observacion

Fuente *Autoría Propia*