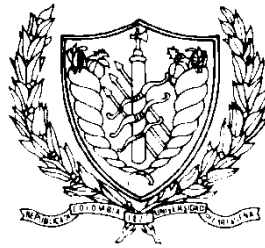


ANÁLISIS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE LA
EMPRESA CORALINAS & PISOS S.A. EN TURBACO / BOLIVAR

ARQUIMEDES HERNÁNDEZ BARBOSA

LILIANA DE JESUS RAMÍREZ MATURANA



UNIVERSIDAD DE CARTAGENA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

COMITÉ DE EVALUACIÓN DE PROPUESTAS DE GRADO

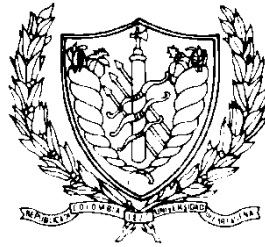
CARTAGENA

2011

ANÁLISIS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE LA
EMPRESA CORALINAS & PISOS S.A. EN TURBACO / BOLIVAR

ARQUIMEDES HERNÁNDEZ BARBOSA

LILIANA DE JESUS RAMÍREZ MATURANA



ALBARO BARCO GOMEZ
ASESOR

UNIVERSIDAD DE CARTAGENA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

COMITÉ DE EVALUACIÓN DE PROPUESTAS DE GRADO

CARTAGENA

2011

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
0. INTRODUCCIÓN	1
1. PROBLEMÁTICA	3
1.1 DESCRIPCIÓN Y PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.2 PROBLEMA	3
1.3 INTERROGANTES ESPECIFICOS	4
2. OBJETIVOS	5
2.1 OBJETIVO GENERAL	5
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	5
3. JUSTIFICACIÓN	6
4. MARCO DE REFERENCIA	8
4.1 MARCO TEORICO	8
4.1.1 Análisis situacional.	8
4.1.2 Responsabilidad Social Empresarial	8
4.1.3 Antecedentes	12
4.2. ASPECTOS METODOLÓGICOS	16
4.2.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN	16
4.2.1.1 TITULO DE LA INVESTIGACIÓN	16
4.2.1.2 LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	16
4.2.1.2 TIPO DE PROPUESTA	17
4.2.1.3. RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	17
4.2.1.3.1. POBLACIÓN Y MUESTRA	18
4.2.1.3.1.1 POBLACIÓN	18
4.2.1.3.1.2 MUESTRA	18

4.3 MARCO CONCEPTUAL	19
4.4 MARCO LEGAL	20
4.5 INVESTIGACIONES PREVIAS	21
4.6 HIPOTESIS	22
5 CAPITULO 1	24
5.1 CORALINAS & PISOS S.A.	25
5.1.1 GENERALIDADES	25
5.1.2 RESEÑA HISTÓRICA	25
5.1.3 MISIÓN	26
5.1.4 VISIÓN	27
5.1.5 ANÁLISIS INTERNO DE LA EMPRESA	27
5.1.5.1 Análisis de la Misión Y Visión de la Empresa.	27
5.1.5.2 Análisis de la Estrategia Corporativa.	28
5.1.5.3 Proyecciones de la Empresa	29
5.1.5.3.1 Objetivos	29
5.1.5.3.2 Objetivo General	29
5.1.5.3.3 Objetivos Específicos	29
5.1.5.3.4 Objetivos que la Empresa Tiene en Curso	30
5.1.5.3.4.1 Objetivos Comerciales.	30
5.1.5.3.4.2 Objetivos Financieros.	30
5.1.5.3.4.3 Objetivos Operativos.	30
5.1.5.4 Análisis DOFA	31
5.1.5.4.1 Análisis y comentarios de Fortalezas Y Debilidades	32
5.1.5.4.2 Análisis de las Oportunidades y Amenazas	34
5.1.5.4.3 Otras Oportunidades y Amenazas	34

5.1.5.4.4 Expectativas que se tienen sobre la empresa por parte de los dueños, clientes, proveedores y trabajadores	35
5.1.5.4.5 Objetivo de supervivencia	36
5.1.5.4.6 FILOSOFIA	36
5.1.5.4.7 Imagen Propia:	36
5.1.5.4.8 Imagen Buscada: Tipo Comercial.	37
5.1.5.4.9 RESPONSABILIDAD SOCIAL	37
5.1.5.4.9.1 Análisis de la responsabilidad social	38
5.1.5.4.10 Síntesis de los aspectos negativos o debilidades de cada una de las aéreas funcionales	39
5.1.5.4.10.1 Área De Direccionamiento Estratégico.	39
5.1.5.4.10.2 Área De Gestión Comercial.	39
5.1.5.4.10.3 Área de Producción y Operaciones	39
5.1.5.4.10.4 Aseguramiento de Calidad	39
5.1.5.4.10.5 Gestión Administrativa.	40
5.1.5.4.10.6 Gestión financiera.	40
5.1.5.5 PRODUCTOS Y SERVICIOS	41
5.1.5.5.1 Formato y decoraciones en Piedra Coralina.	41
5.1.5.5.2 Servicios.	41
5.1.5.6 LOCALIZACION	41
5.1.5.7 TECNOLOGIA:	42
6 CAPITULO 2 DETERMINAR LA PERCEPCIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL QUE SE EMPLEA A NIVEL INTERNO Y EXTERNO DE CORALINAS & PISOS S.A, A PARTIR DE SUS POLÍTICAS ORGANIZACIONALES Y CONVENIOS EMPRESARIALES CON ENTIDADES DE RSE.	43
7 CAPITULO 3 DESCRIBIR LAS DIFERENTES POLÍTICAS EJERCIDA POR LA EMPRESA CORALINAS & PISOS S.A. PARA LA EJECUCIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y OBSERVAR CUAL ES SU PARTICIPACIÓN EN LAS ACTIVIDADES SOCIALES QUE REALIZAN LAS ENTIDADES DE RSE A LAS CUALES SE ENCUENTRA	53

ADSCRITA.

8 CAPITULO 4 DESCRIBIR LAS DIFERENTES POLÍTICAS EJERCIDA POR LA EMPRESA CORALINAS & PISOS S.A. PARA LA EJECUCIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y OBSERVAR CUAL ES SU PARTICIPACIÓN EN LAS ACTIVIDADES SOCIALES QUE REALIZAN LAS ENTIDADES DE RSE A LAS CUALES SE ENCUENTRA ADSCRITA.	55
9. CRONOGRAMA	57
10. PRESUPUESTO	60
11. BIBLIOGRAFÍA	61
11.1 LIBROS DE INVESTIGACION	62
12 CONCLUSIONES	63
13. RECOMENDACIONES	64
ANEXOS	65
ENCUESTA RSE A LA COMUNIDAD DE TURBACO BOLIVAR	66
ENCUESTA RSE A EMPLEADOS DE CORPISOS S.A.	71

0. INTRODUCCIÓN

En los últimos años las empresas han estado comprometidas socialmente, sea por motivaciones de tipo religioso, político o simplemente altruismo y tal vez lo que ha cambiado son los límites y la forma de administrar dicho compromiso. En los países de América Latina y del Caribe, la práctica de la responsabilidad social empresarial (RSE) las hace más responsables, porque deben situarse en el contexto de las políticas públicas y sociales de su comunidad y el desarrollo de la misma, para así adaptarse al medio en el cual operan y ejecutan las acciones de RSE las cuales varían de acuerdo al contexto de la organización y de las necesidades de la comunidad.¹

Las prácticas de RSE son más aprovechadas y ejecutadas en países en vía de desarrollo; que en países desarrollados puesto que estos consideran que esta práctica es innecesaria o filantrópica. Esto podría ser censurable, debido a que las practicas en RSE debe ser parte integral de la estrategia empresarial y estar directamente relacionada con el negocio de la empresa, estas ejecuciones son tangibles y sostenibles para obtener de igual forma beneficios netos para la empresa y contribuyan al desarrollo de la sociedad.

Partiendo de la Norma ISO26000 de Responsabilidad Social, las empresas deben llegar a permitir y crear estándares múltiples para facilitar la implementación de este sistema, el cual puede llegar a cumplir el rol relevante como institución experta ante esta nueva ISO.

El reconocimiento e incorporación de estos múltiples cambios se presentan como una de las claves para el éxito y futuro de la compañía, de hecho algunas

¹ Responsabilidad Social Empresarial – Ramón David Expósito Vélez – Página 11

muestran una marcada orientación hacia la pro-actividad. En medio de estas rápidas transformaciones y de las crecientes presiones, para muchas empresas exitosas, la preocupación por la problemática social y la participación comunitaria se ha constituido en elemento central de sus operaciones, por considerarlos como importantes factores que contribuyen a lograr el éxito de las empresas.

Durante los últimos años en la gestión empresarial, los gerentes y las juntas directivas, observan las organizaciones tanto interna como externamente, implementando políticas que buscan encaminar a las compañías u organizaciones sobre un plan de apoyo mutuo y crecimiento constante con la comunidad; por este motivo en la actualidad se manejan temas de mucha relevancia para el crecimiento de una empresa y la sociedad que lo rodea. Estos temas son: Gestión Ambiental, Manejo de Personal, Seguridad e Higiene Industrial, Responsabilidad Social Empresarial, entre otros; que son el boom de la actualidad gerencial.

Finalmente el presente proyecto, analiza el sistema de responsabilidad social empresarial que tiene la empresa Coralinas & Pisos S.A. en la comunidad de Turbaco / Bolívar; observando cuales son los beneficios que obtiene la empresa y cuales la comunidad; buscando un mejoramiento de este sistema con el fin de lograr la satisfacción mutua que es uno de los objetivos primordiales de la RSE.

1. PROBLEMÁTICA

1.1 DESCRIPCIÓN Y PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La responsabilidad social empresarial en Colombia se visiona como la capacidad de respuesta que tiene una empresa o una entidad frente a los efectos e implicaciones de sus acciones sobre los diferentes grupos con los que se relaciona, de esta forma las empresas son socialmente responsables cuando las actividades que realiza se orientan a la satisfacción de las necesidades y expectativas de los miembros, de la sociedad y de quienes se benefician de su actividad comercial, así como también, al cuidado y preservación del entorno².

Dentro de este enfoque se analizará la capacidad y la habilidad del ejercicio que aplique la empresa Coralinas & Pisos S.A. para implementar una buena gestión empresarial a través de los diferentes lineamientos que se manejan en la responsabilidad social empresarial, como es la parte normativa, operacional, económica, social y ambiental, con el fin de corresponder a una visión integral de la sociedad y al desarrollo del crecimiento económico y productivo, ya que en los procesos internos de esta empresa están directamente asociados con las mejoras de la calidad de vida de las personas, lo que implicaría un compromiso más profundo y exigente de los actores económicos con el resto de la sociedad.

1.2 PROBLEMA

- ¿Qué resultado ha obtenido la empresa Coralinas & Pisos S.A. aplicando los procesos de responsabilidad social empresarial en el municipio de Turbaco/ Bolívar, utilizando el método de medición INDICADOR ETHOS RSE?

²http://www.ccre.org.co/upload/2art03_q.pdf

1.3 INTERROGANTES ESPECIFICOS

- ✓ ¿Qué compromisos éticos presenta Coralinas & Pisos S.A. dentro de su política de responsabilidad social empresarial?
- ✓ ¿Qué estrategias utiliza Coralinas & Pisos S.A. para el mejoramiento de los resultados de RSE?
- ✓ ¿Cuál es la influencia y liderazgo social de la empresa Coralinas & Pisos S.A. en el municipio de Turbaco/Bolívar?

2. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GENERAL

Analizar la responsabilidad social empresarial de la empresa coralinas & pisos s.a.
En Turbaco / Bolívar.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

2.2.1 Determinar la percepción de la responsabilidad social empresarial que se emplea a nivel interno y externo de Coralinas & Pisos S.A, a partir de sus políticas organizacionales y convenios empresariales con entidades de RSE.

2.2.2 Describir las diferentes políticas ejercida por la empresa Coralinas & Pisos S.A. para la ejecución de la responsabilidad social empresarial y observar cual es su participación en las actividades sociales que realizan las entidades de RSE a las cuales se encuentra adscrita.

2.2.3 Justificar los beneficios obtenidos por Coralinas & Pisos S.A. en las diferentes actividades sociales realizadas en el municipio de Turbaco/Bolívar.

3. JUSTIFICACIÓN

Este análisis de la empresa Coralinas & Pisos S.A, está orientado a desarrollar un ejercicio de investigación en el campo de la Responsabilidad Social aplicada al estudio de las organizaciones, más estrictamente en el área, de la hoy llamada, Responsabilidad Social en las organizaciones. Lo que se persigue con este trabajo es construir un análisis de carácter crítico sobre cómo se ha orientado por las directivas dicha práctica empresarial en el municipio de Turbaco/Bolívar. Determinando las necesidades que se observan en los alrededores de esta empresa y las incidencias que llevan a ejercer un control y ejecución de actividades para suplir todas esas necesidades; de las cuales la empresa debe estar orientada para corresponder y así ser consecuentes con la problemática social de esta región³.

De esta forma la empresa debe mantener políticas de responsabilidad social empresarial continua y oportunamente, como agente empresarial del municipio de Turbaco es responsable de las actividades y acciones que se realicen para el mejoramiento de la vida social y la interacción entre empresa y sociedad. Luego el concepto de la Responsabilidad Social ha emergido desde los años sesenta, conectado al continuo y rápido incremento del poder económico, político, tecnológico y cultural de las organizaciones; un poder capaz de afectar los valores morales, los estilos de vida y la calidad de vida de los individuos en la sociedad que los rodea.

Se ha privilegiado este tema por ser uno de los asuntos de mayor interés en la actualidad y más que Corpisos S.A, abarca un gran contexto por ejecutar a nivel regional, para conseguir este propósito se indagará cuáles son las distintas

³ <http://www.icesi.edu.co/investigaciones/proyecto.do?id=43>

interpretaciones o ideas que circulan tanto a nivel interno como externo en esta organización y manejar un ámbito global sobre la Responsabilidad Social Empresarial, de esta manera se puede concientizar desde la parte más alta hasta la base de la pirámide empresarial, promoviendo un cambio de pensamientos ético-político y económico-social, donde se articularan en las diferentes políticas y normatividades jurídicas que darán como resultado un nuevo sistema que se centra en el contorno del análisis filosófico y de la reflexión ética, que si bien el tema de la Responsabilidad Social Empresarial está articulado claramente con enfoques económicos, sociales y administrativos.

Siendo así, CORPISOS S.A. además del cumplimiento estricto de las obligaciones legales vigentes, la RSE debería considerarse la integración voluntaria en su gobierno y gestión, en su estrategia, políticas y procedimientos, de las preocupaciones sociales, laborales, medio ambientales y de respeto a los derechos humanos que surgen de la relación y el dialogo transparentes con sus grupos de interés, responsabilizándose así de las consecuencias y los impactos que se deriven de sus acciones.

A pesar de la forma como CORPISOS S.A. este manejando actualmente la RSE, ya esta comúnmente aceptado y se asume a partir de los valores y principios que una empresa asume y por la forma que es capaz de transmitirlo a través de sus sistemas de producción y comunicación, teniendo consideración en los aspectos socio ambientales de sus impactos e integrando a agentes de interés en su proceso de toma de decisiones.

4. MARCO DE REFERENCIA

4.1 MARCO TEORICO

4.1.1 Análisis situacional.

Se refiere al análisis de datos pasados, presentes, futuros que proporcionan una base para seguir el proceso de la planeación estratégica.⁴

El análisis situacional tiene diversos propósitos:⁵

- ✓ Ayuda a los directivos a identificar y a analizar las fuerzas más significativas en el medio ambiente.
- ✓ Ayuda a sistematizar el proceso de evaluación del medio ambiente para tener mejores resultados.
- ✓ Proporcionan un foro para tratar los puntos de vista divergentes acerca del mismo.
- ✓ Estimula el pensamiento creativo y proporciona una base para continuar con el proceso de planeación.

4.1.2 Responsabilidad Social Empresarial

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Responsabilidad social empresarial. La visión de la empresa respecto a su filosofía, metas y políticas, en el marco de la sociedad ha ido transformándose en la última década. El factor fundamental para este cambio está relacionado con el mayor protagonismo de los consumidores, y la fuerza trascendente que opera desde el mercado. En esta era los productos y sus responsables, son sujetos a un

⁴ Steiner 1994; Página 123

⁵ Steiner 1994; Página 131-147

control exhaustivo continuo en función de valores que van más allá de la calidad y eficiencia. En este criterio interviene de manera sustancial un nuevo concepto que prevee y atiende no solo las necesidades propias de un producto / servicio con mas ética, el nivel de compromiso de la Empresa con la sociedad es fundamental, siendo ponderado cada vez con mayor incidencia en las expectativas de los consumidores. El nuevo concepto interpreta la estrecha relación del éxito de sus negocios con la percepción del cliente según el grado de compromiso o involucramiento social. Compromiso con la Comunidad

El Compromiso con la Comunidad se refiere a las diferentes acciones tomadas por la empresa para maximizar el impacto de sus contribuciones en dinero, tiempo, productos, servicios, influencias, administración del conocimiento y otros recursos que dirige hacia las comunidades en las cuales opera. Cuando estas iniciativas se diseñan y ejecutan en forma programada y estratégicamente, no sólo se entrega un valor agregado a los receptores, sino que además estas iniciativas refuerzan la reputación de las empresas, sus marcas y productos en las comunidades locales donde ellas tienen intereses comerciales , así como en el resto del mundo. Los esfuerzos de las empresas están siendo motivados por los beneficios económicos que conlleva un mayor involucramiento con la sociedad. Esto incluye el incremento de las ventas, mejora en la moral de los empleados, refuerza la habilidad de competir en el mercado regional, como consecuencia de empleados calificados y el ser un "vecino predilecto" de la comunidad. Muchas empresas también reconocen la oportunidad y necesidad de destinar recursos privados hacia problemas sociales particulares, supliendo el rol del gobierno en distintas áreas. ⁶

La obligación moral que adquiere una organización de contribuir de las expectativas creadas, a partir de su relación con los sectores con los cuales debe interactuar para el cumplimiento de su razón social.⁷

⁶ <http://www.comunidar.org.ar/responsabilidad.htm>

⁷ Compromiso Social y liderazgo empresarial; Clara Inés Restrepo Vélez, Página 22

Según la ANDI y la OIT, lo conciben como: la respuesta de las empresas a las expectativas y derechos generados en los sectores con los que tiene relación en materia del desarrollo integral de sus trabajadores y en el aporte a la comunidad que le permitió crecer y desarrollarse.

En este contexto, se considera que una empresa es responsable socialmente si:

- ✓ Hace uso correcto de la publicidad.
- ✓ Compite lealmente.
- ✓ Se compromete con el consumidor.
- ✓ Ofrece productos de alta calidad.
- ✓ Ofrece precios justos.
- ✓ Cumple con sus obligaciones hacia el estado.

Usualmente se mencionan como beneficios de ser responsables socialmente, el mejoramiento en la calidad de vida, el incremento de la motivación, la armonía en las relaciones laborales, el incremento en la productividad y por ende en la competitividad empresarial.⁸

Las relaciones de empresa-comunidad se concretan de la siguiente forma:

- ✓ Representación y participación económica de la empresa en las instituciones públicas, educativas, culturales y sociales: aportes para infraestructura comunitaria y participación de funcionarios públicos en la dirección de la empresa.
- ✓ Contribución directa al desarrollo local y regional y generación de empleo.

⁸ Compromiso Social y liderazgo empresarial; Clara Inés Restrepo Vélez, Página 23

- ✓ Contribución indirecta al desarrollo regional a través del intercambio empresa-sector público, del pago de impuesto y de negociaciones Empresa-Estado.
- ✓ Efectos sociales indirectos, tales como las relaciones con proveedores y clientes por el intercambio económico y el empleo generado.
- ✓ Efectos físicos y ambientales que se desprenden de la actividad de la empresa y que generan costos para la comunidad y gastos para la empresa, tales como la disminución de la contaminación y la racionalización del uso de los recursos naturales.

Estas pautas coinciden en enfatizar el componente de la obligatoriedad moral por parte de las empresas y el de dar respuesta a unas expectativas y derechos de quienes interactúan con ella.

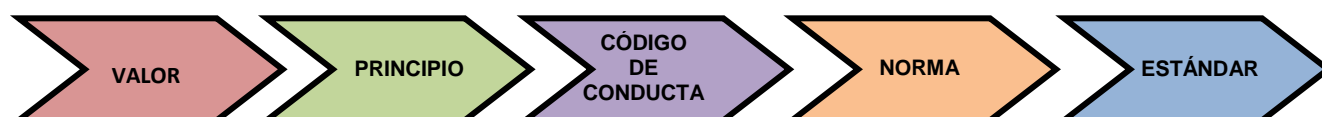
El “Libro Verde” concierne la RSE de las empresas, cuando estas deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio, al igual que afirma que las prácticas de la responsabilidad social implican asumir voluntariamente compromisos que van más allá de las obligaciones reglamentarias y convencionales, que deberían cumplir en cualquier caso las empresas que intentan elevar los niveles de desarrollo social, protección medioambiental y respeto a los Derechos Humanos, el cual deben adoptar un modo de gobernabilidad abierto que reconcilia intereses de diversos agentes en un enfoque global de calidad y viabilidad.⁹

En el código de la Responsabilidad Social, se identifica un proceso evolutivo natural basado en principios y valores, el cual el proceso suele empezar por la definición de los valores de la empresa y acabar en la definición de estándares,

⁹ Responsabilidad Social Empresarial – Ramón David Expósito Vélez – Pagina 16

pasando previamente por la definición de principios, códigos de conducta y normas. (Ver figura 1).

FIGURA. 1. EVOLUCION DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL.



En esta evolución existe cierta confusión sobre las diferencias entre código de conducta y un estándar, básicamente el código de conducta suele ser una medida interna, aplicable a la gestión de la empresa o sector y sujeto a un escrutinio interno de la empresa. El estándar, por otro lado, es aplicable a diferentes regiones y sectores, suele ser monitoreado externamente y está formado por un mayor número de circunscripciones.¹⁰

4.1.3 Antecedentes

En la historia de la administración surgen y suenan nombre de personas que han dejado un gran legado y han contribuido en el desarrollo de las filosofías administrativas y que a pesar del tiempo ya pasado siguen teniendo vigencia solo que han sufrido transformaciones con el transcurrir del tiempo; la RSE no es una exenciones de esto porque a través del tiempo ha venido mostrando la variabilidad de acuerdo a la filosofía administrativa que exista en el momento, siguiendo una trayectoria de la actuación responsable desde la perspectiva de la evolución y de la filosofía empresarial y de las diferentes percepciones filosóficas del mundo, iniciando desde la concepción del logro individual o enriquecimiento sin importar que esto signifique el empobrecimiento de otro lo cual fue predominante antes del siglo XVIII; a la idea de función social introducida por Adam Smith posteriormente

¹⁰ Responsabilidad Social Empresarial – Ramón David Expósito Vélez – Pagina 17

a finales del siglo XIX; la filosofía imperante del más fuerte que es un producto del crecimiento de los grupos financieros y de una fuerte competencia que genera como resultado nuevas teorías administrativas que empiezan a reconsiderar la relación del individuo con el medio ambiente que lo rodea.

Elton Mayo “introduce la idea de responsabilidad de la empresa, en términos de generosidad como función del ánimo de lucro. Considera que una perspectiva de largo plazo, el empresario debe reconocer su responsabilidad con la sociedad, y realizar actividades aún a costa de sus beneficios económicos inmediatos, pues así asegura la supervivencia y crecimiento de la empresa”¹¹

Teoría keynesiana; “con su énfasis en la generación de empleo y en el pago de mejores salarios, entra hacer contra peso a la maximización de las utilidades como función primordial, abriendo paso a lo que se ha conocido como derecho social o del trabajo; este surge como mecanismo regulador de las relaciones entre empresarios y trabajadores y por ende de las conductas socialmente responsables”¹²

En la historia de la Responsabilidad Social Empresarial existen las practicas de antiguos mercaderes de China, India o el mundo Árabe, se encuentran casos de RSE tal y como se ve en la actualidad, como en los tiempos de la industrialización, cuando un grupo de empresas cuáqueras, pioneras de la era victoriana, empezaron a imponer un concepto paternal de responsabilidad en la gestión de sus empresas.¹³

A lo largo del siglo XIX y principios del siglo XX, grupos de empresarios empezaron a asumir responsabilidad más amplias que las meramente

¹¹ Compromiso Social y liderazgo empresarial; Clara Inés Restrepo Vélez, páginas 13 y 14

¹² Compromiso Social y liderazgo empresarial; Clara Inés Restrepo Vélez, página 14

¹³ Responsabilidad Social Empresarial – Ramón David Expósito Vélez – Pagina 19

comerciales, como es el cuáquero Joseph Rowntree (1836-1925) de Inglaterra, el cual dedico gran parte de su riqueza, obtenida a raíz de la industria del cacao, a fondos sociales y de caridad. George Cadbury (1839-1922), también cuáquero y empresario de industrias de cacao, estos en aquellas épocas sostenían que si que si se protegía la salud y bienestar de sus empleados, ellos protegían mucho mejor la empresa. Durante sus vidas como empresarios, construyó casas con jardines alrededor de su fábrica para que cada empleado tuviera su propio huerto y centros recreativos para sus hijos. A parte de esto dentro de la RSE que implementaban construyeron hospitales, salas de lectura y centros para lavado de ropa y así aumentar el empleo en su comunidad. Se dieron muchos incentivos a empleados tales como vacaciones, asistencias médicas, reducción de jornadas los sábados, etc., dejando las condiciones salariales de sus empleados como revolución para el sector apoyando la moral del trabajador que es lo que para ellos determinaba la productividad y fidelidad a su compañía.

Dentro de la historia de la RSE del siglo XIX también está el pioneros Robert Wood Johnson (1894-1968) de “Johnson & Johnson” que a pesar de actitud machista y temperamental, también aumentó el salario de sus empleados muy por encima de la media, creó la iniciativa de “las fábricas pueden ser bonitas”, que promovía invertir en la arquitectura y diseño de los espacios productivos que según el “las fábricas no solo son estructuras de hierro y piedra en donde los trabajadores producen, sino también sitios de ideas e ideales donde ellos crean y transforman la realidad”¹⁴ y este empresario terminó donando casi todo su patrimonio – La Fundación Robert Wood Johnson para mejorar la salud y la calidad de vida de los ciudadanos americanos y asegurar que todos tuvieran acceso a asistencia sanitaria, convirtiéndose así en la entidad privada más rica del mundo, dedicada a salud.

¹⁴ Responsabilidad Social Empresarial – Ramón David Expósito Vélez – Pagina 20

Uno de los grupos más activos en promover la RSE a mediados de los sesenta fue el movimiento de consumidores creado por Ralph Nader, sus actividades se centraron en promover la auditoria social y publicar información sobre la acción social y la ética de las empresas. A raíz de este movimiento, nace en 1971 la organización Social Audit. Ltd con el objetivo de publicar auditorías sociales con referencia a la relación de la empresa con sus empleados, sus clientes, la comunidad y el entorno. Social Audit fue una de las primeras empresas dedicadas exclusivamente a la auditoría social de otras empresas.¹⁵

A finales de los setenta, la RSE se había convertido en una práctica común que generaba interés en el mundo empresarial, en la ciudadanía e incluso entre los círculos sociopolíticos. El sector privado supo responder ante esta demanda y comenzaron a proliferar los informes corporativos de contabilidad social, incluso, se empezó a plantear si había llegado el momento en que habría que legislar para las empresas en el tema de su gestión social y si existía la convicción de que la única manera para poder involucrar a un gran número de empresas en la preparación y publicación de informes sociales sería a través de una legislación de la hiciese obligatoria. Pero el único país que llegó a introducir leyes relacionadas con la publicación de informes sociales corporativos fue Francia, en 1972. La ley francesa obligaba a informar sobre una larga lista de indicadores que cubrían relaciones con los empleados y temas de seguridad y medioambiente, aunque no evaluaba el impacto directo de las actividades económicas en el entorno o en la sociedad.

Estos eventos sirvieron para poner el acento en la ética y los valores morales de las prácticas empresariales, centrando la atención de la opinión pública mundial en

¹⁵ Responsabilidad Social Empresarial – Ramón David Expósito Vélez – Pagina 21

la violación empresarial de derechos universales. A raíz de ellos, nuevos escándalos surgieron y grandes empresas como Nike, Levis, Disney o Adidas fueron denunciadas por violar los derechos humanos, promover el trabajo infantil y contaminar el medioambiente¹⁶. Sin embargo, la aceptación de la RSE por parte de las empresas es cada vez mayor con un positivo impacto medioambiental y desarrollo de las sociedades. Ante todo esto es muy importante replantear el papel que juegan las compañías en la RSE y consolidar la relación empresa-sociedad, valorando sus limitaciones y carencias e identificar oportunidades para aportar a un nuevo entorno global.¹⁷

4.2. ASPECTOS METODOLÓGICOS

4.2.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

4.2.1.1 TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

“ANÁLISIS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE LA EMPRESA CORALINAS & PISOS S.A. EN TURBACO / BOLIVAR“

4.2.1.2 LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

- Gestión y desarrollo empresarial (**Gesdem**) nació a mediados del año 2002, a iniciativa de un grupo de Directivos de empresas, con una Misión muy definida: su fin es de **Ayudar a las empresas a obtener un posicionamiento en el mercado y unos resultados notables, en un entorno de desarrollo sostenible.**

En este contexto, contemplan, desde el asesoramiento y actuación para la corrección o mejora de una situación puntual, hasta la implantación de un cambio cultural y unos Sistemas de Dirección, que permitan dirigir la empresa

¹⁶ Responsabilidad Social Empresarial – Ramón David Expósito Vélez – Pagina 23

¹⁷ Responsabilidad Social Empresarial – Ramón David Expósito Vélez – Pagina 24

en un Modelo EFQM de Excelencia, con el objetivo de generar e institucionalizar un alto valor añadido.

Esta línea de Investigación tiene la capacidad de síntesis y la sensibilidad estratégica para dar opiniones y diseñar e implementar modelos organizacionales o un sistema de dirección, para el desarrollo de objetivos como empresa

✓ **Eje temático:** Técnicas administrativas modernas

4.2.1.2 TIPO DE PROPUESTA

Este tema que se propone, enmarcan los conocimientos técnicos debido a que se pondrán en práctica conocimientos adquiridos durante los estudios; adicionalmente la experiencia con la que cuentan los miembros del equipo investigador; el estudio abarca los temas de **La Responsabilidad Social Empresarial, Los Procesos Administrativos Y Agentes Económicos Que Convergen Con Los Mismos;** los cuales se encaminan a una satisfacción de necesidades de la comunidad en busca de un mejoramiento de la calidad de vida y del nivel socio económico, socio cultural de los alrededores de la empresa.

4.2.1.3. RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Para recolectar la información se utilizaran fuentes primarias basadas en la observación directa, entrevistas y encuestas realizadas a la población de Turbaco Bolívar y al personal directivo de CORALINAS & PISOS S.A., más que todo Gerencia Administrativa y Dpto. Recursos Humanos y fuentes secundarias integradas por archivos y documentos internos de la empresa.

4.2.1.3.1. POBLACIÓN Y MUESTRA

4.2.1.3.1.1 POBLACIÓN

La población total del municipio de Turbaco que según el último censo realizado es de 95.000 habitantes la cual se beneficia de las políticas de Responsabilidad Social Empresarial de la empresa **CORALINAS & PISOS S. A.**

4.2.1.3.1.2 MUESTRA

La muestra se determinó mediante la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N_r * Z_r * P * Q}{N_r * E^2 + Z^2 * P * Q}$$

En donde Z= nivel de confiabilidad estimado. Para este caso se estima en 90% equivalente a 1.64 según la distribución normal.

Nr = Tamaño de la población objeto de estudio la cual es de 95.000 habitantes

P= Posibilidad de éxito (0.5)

Q= Posibilidad de fracaso (0.5)

E= Error estándar (10%)

n= Tamaño de la muestra

Ahora se dispone a remplazar en la formula:

$$n = \frac{(95.000) * (1,64) * 0,5 * 0,5}{(95.000) * (0,10)^2 + (1,64)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{155.800 * (0,25)}{(950) + (0,6724)} \quad n = \frac{38.950}{638,78}$$

Se tiene una muestra de 61 encuestados

4.3 MARCO CONCEPTUAL

RESPONSABILIDAD: Es la capacidad existente en todo sujeto activo de derecho para reconocer las consecuencias de un hecho que realizó con libertad.¹⁸

SOCIAL: Proviene del latín *sociales*, es aquello perteneciente o relativo a la sociedad, cultura que comparten un grupo de individuos e interactúan entre sí en una misma comunidad.¹⁹

EMPRESARIAL: Se despliega de la capacidad creativa de la persona sobre la realidad que le rodea. Es la capacidad que posee todo ser humano para percibir e interrelacionarse con su entorno, mediando para ello las competencias empresariales.²⁰

VALOR: Cualquier objeto o cualidad deseable como medio o como fin de sí mismo. Según la Real Academia Española, valor es la fuerza, actividad, eficacia o virtud de las cosas para producir sus efectos.²¹

PRINCIPIO: Verdad fundamental o leyes éticas como base de razonamiento o acción. A diferencia de las reglas, los principios no forman parte del sistema jurídico por su origen o fuente, sino por razón de su contenido, lo que significa, en definitiva una diferenciación entre el derecho moral y la moral. Según la Real Academia Española, principio es la norma o idea fundamental que rige el pensamiento o la conducta.

CÓDIGO DE CONDUCTA: Declaración formal de valores y principios. Un código enuncia normas mínimas y el comportamiento de la empresa de cumplirlas y de exigir su cumplimiento a sus contratistas, subcontratistas, proveedores y concesionarios. Puede ser un documento complejo que requiera el cumplimiento de normas precisas y prevea un mecanismo coercitivo o forzoso complicado, o un simple listado de principios básicos.

NORMAS: Ordenamiento imperativo de acción que persigue un fin determinado, con la característica de ser rígido en su aplicación. En su sentido más económico, norma es una regla, disposición o criterio que establece una autoridad para regular

¹⁸ <http://definicion.de/responsabilidad>

¹⁹ <http://definicion.de/social>

²⁰ www.mipymes.gov.co/pyme/NewsDetail.asp

²¹ Responsabilidad Social Empresarial – Ramón David Expósito Vélez – Pagina 18

acciones de los distintos agentes económicos o bien para regular los procedimientos que se deben seguir para la realización de las tareas asignadas. Generalmente, la norma conlleva una estructura de sanciones para quienes no la observen.

ESTÁNDAR: Según la Real Academia Española, un estándar puede interpretarse como un modelo, patrón o referencia, a través del cual aspectos como la calidad, le excelencia, el respeto medioambiental o la seguridad son determinados.

4.4 MARCO LEGAL

Con la promulgación de la Constitución Nacional de 1991, en la legislación colombiana han sucedido una serie de cambios que enfatizan la participación de las comunidades en asuntos nacionales y el mejoramiento de la calidad de vida de la población con énfasis en la protección y manejo adecuado de los recursos naturales y del medio ambiente.

Es así como, con base en estos preceptos se crea el Ministerio de Ambiente, VIVIENDA Y DESARROLLO TERRITORIAL mediante la Ley 99 de Diciembre de 1993, Y SE DEFINE una serie de normas que regulan y establecen una relación de armonía y respeto entre el hombre y naturaleza, buscando además de un crecimiento económico, elevar la calidad de vida y el bienestar social, sin agotar la base de los recursos naturales. De esta forma, dentro de la normatividad que rige los asuntos ambientales se establecen una serie de lineamientos básicos y específicos para el sector eléctrico nacional.

Por las características de los proyectos que desarrolla, debe tener en cuenta el grado de afectación sobre el ambiente y las comunidades asentadas en la zona.

El Decreto 1220 DE 2005, reglamenta la realización de los estudios ambientales para cualquier Proyecto, obra o actividad a desarrollar, con el fin de identificar los impactos que generarían las obras y establecer medidas de prevención, corrección, mitigación y compensación necesarias como requisito para obtener la licencia ambiental PARA la construcción de proyectos nuevos y el establecimiento de los planes de manejo ambiental para la operación de los proyectos existentes con anterioridad a la Ley 99 DE 1993.

En la Ley Eléctrica (Ley 143 de 1994) en sus artículos 50 a 54, se reitera el papel que deben cumplir las empresas del sector en la apropiación de recursos económicos para adelantar la gestión ambiental de sus proyectos y obtener la participación de la comunidad en el desarrollo de los estudios de impacto ambiental y en los planes de gestión social.

Una vez los proyectos de generación eléctrica se encuentran en la fase de operación, deben transferir el 6% de las ventas brutas de energía a los municipios y corporaciones que se encuentren ubicados en las cuencas de los proyectos, con el fin que estos recursos sean invertidos prioritariamente en programas y proyectos de Saneamiento Básico Ambiental, y Manejo y Conservación de los Recursos Naturales y del Medio Ambiente (Decreto 1933/94).

4.5 INVESTIGACIONES PREVIAS

- **GESTIÓN DEL CAMBIO ORGANIZACIONAL COMO HERRAMIENTA DE IMPLEMENTACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL**
TRICIA LIVINGSTON DAVIS, MARIO MARTÍNEZ ZÚÑIGA
TESIS DE GRADO PROGRAMA DE PSICOLOGÍA UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR
- **PROPUESTA PARA EL DISEÑO Y FORMULACION DE LA PRIMERA FASE DE UNA GUIA METODOLOGICA PARA EL DESARROLLO DE PROGRAMAS DE IMPACTO SOCIAL EN EL MARCO DE LAS POLITICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL**
ALVAREZ, E; HERNÁNDEZ, D; PUELLO, L; CASTELLÓN, E*
TRABAJO DE INVESTIGACIÓN DEL PROGRAMA DE PSICOLOGÍA UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR
- **APROXIMACION A LA FUNCION DEL ESTADO COLOMBIANO FRENTE A LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DEL PAIS**
VIVIANA M. BANQUEZ, ELVIRA I. CASTILLO

TESIS DE GRADO PROGRAMA DE PSICOLOGÍA UNIVERSIDAD
TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR

- ROL DEL DEPARTAMENTO DE GESTION HUMANA EN LA IMPLEMENTACION DE LA POLITICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL AL INTERIOR DE UNA ORGANIZACIÓN
BAENA L, VAZQUEZ B, CASTELLON E*
MONOGRAFÍA PROGRAMA DE PSICOLOGÍA UNIVERSIDAD
TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR
- CONSTRUYENDO COMPETITIVIDAD SOSTENIBLE PASOS CLAVES PARA IMPLEMENTAR POLITICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
ARGÜELLO, M
MONOGRAFÍA PROGRAMA DE PSICOLOGÍA UNIVERSIDAD
TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR

4.6 HIPÓTESIS

Para que Coralinas & Pisos S.A. entre como grupo de interés debe tener un auto proceso evolutivo natural que a la hora de adoptar la Responsabilidad Social Económica basado en principios y valores de la compañía esto debe darse finalmente como estándares, pasando previamente por la definición de principios, códigos de conducta y normas.

Partiendo de esto Coralinas & Pisos S.A. le faltan muchos avances como empezar a adquirir estos métodos como parte de las decisiones administrativas para que los resultados estén en conjunto con la ejecución de las RSE de informa directa sin verlo como gastos administrativos; ya que el tener o asumir como empresa este tipo de compromiso como actividad o propósito fijo de la compañía, pues así

esta siempre podrá estar a la vanguardia de la Responsabilidad Social Económica con Turbaco / Bolívar.

A parte de los compromisos éticos que deba adquirir la Junta Administrativa de CORPISOS S.A. debe tener excelentes relaciones sociales con su entorno y la sociedad, debido a que las empresas operan en la sociedad por la vía del contrato con la misma y de ahí depende muchísimo la supervivencia y prosperidad el cual se basa en la oferta de un fin socialmente deseable para la comunidad en general, así mismo como la distribución de beneficios económicos, sociales o políticos a los grupos que dirige su poder, de la misma forma la dimensión social corporativa comprende un marco más amplio que la estricta actividad económica de las empresas y así también abarca un sector más amplio de agentes de interés.

5 CAPITULO 1

5.1 CORALINAS & PISOS S.A.

5.1.1 GENERALIDADES

La globalización hoy en día ha presionado a las empresas hacia la búsqueda de nuevos mercados, nuevos clientes, nuevos proveedores y sobre todo a integrar a todos estos elementos en una infraestructura global de negocios que facilite sus actividades operativas. **CORPISOS S.A.** en la búsqueda de estos nuevos mercados globales se ven en la necesidad de escudriñar tanto en su interior como en el macro ambiente en el que se desempeña con tal de diseñar estrategias que le permitan expandir su mercado internacional para asegurar su permanencia en el largo plazo.

La toma de decisiones, en el mundo de los negocios, es uno de los aspectos más delicados por los riesgos que se asumen y por la continuidad con la cual estas se realizan. A lo anterior se puede agregar que para llevar a cabo esta toma de decisiones se tiene que analizar una gran cantidad de información y considerar todas las variables que entran en juego. Actualmente, ninguna nación necesita ya estar dotada de riqueza en minerales, una gran población o un fuerte ejército para convertirse en protagonista del escenario económico mundial, sino que puede adquirir su riqueza y conocimientos técnicos mediante la inversión que logre atraer del resto del mundo. Esto no debe verse como una amenaza sino como una fuente de inmensas oportunidades. Así mismo, para **CORPISOS S.A.** la expansión e incursión en nuevos mercados globales debe representar una gran oportunidad que repercutirá en la viabilidad y crecimiento del negocio.

5.1.2 RESEÑA HISTÓRICA

CORPISOS S.A. surge por iniciativa de un hombre pensador de negocios, que dedicó la mayor parte de su vida a la creación de industrias de baldosas y pisos, el cual por circunstancias de la vida se trasladó a la ciudad de Cartagena a finales de 1990 y conoció la materia prima (Piedra Coralina).

A partir del descubrimiento en 1994, adquiere la propiedad donde actualmente funciona la planta de producción de la empresa; la cual en ese momento se

dedicaba a la explotación, procesamiento y comercialización de coralinas y piedras calizas; además a la fabricación y comercialización de baldosas, pisos, formas terminadas de concreto y afines; la compra y venta de materias primas; la compra y venta de toda clase de materiales de construcción; la representación, agencia, y distribución de casas productoras de los mismos materiales. Desde sus inicios, la empresa se constituyó como una sociedad anónima, según escritura pública No.52 del 16 de Enero de 1995 otorgada por la notaría 21 de Medellín, con capital cien por ciento colombiano.

En cuanto a su segmento de mercado, **CORPISOS S.A.** inicialmente dirigió sus productos al mercado local y nacional, básicamente para la restauración de sitios históricos de la ciudad de Cartagena y construcción de vivienda. Luego incursionó en el mercado internacional, exportando en 1999 a Panamá y en los siguientes años a Venezuela, Estados Unidos, Costa Rica, El Salvador, Islas del Caribe, Honduras, México, España, entre otros. Hoy ha delimitado su segmento internacional a Estados Unidos, Puerto Rico y Centroamérica debido a las tendencias de consumo que se han venido presentando y porque éstos distribuyen a gran escala el producto.

Con respecto a la competencia, iniciando **CORPISOS** en 1994 paralelamente surge **CORALENE S.A.** quien se constituye como su principal competidor directo y que a la fecha se mantiene en esta posición.

5.1.3 MISIÓN

Somos una empresa dedicada a la explotación, procesamiento y comercialización de coralinas; fabricación y comercialización de baldosas, pisos, artículos decorativos, formas terminadas de concreto y afines. Nos esmeramos por satisfacer plenamente las necesidades y expectativas de nuestros clientes locales, nacionales e internacionales, mediante el suministro oportuno de productos de alta calidad y la prestación de servicios adicionales con excelencia tales como: asesoramiento integral en diseños de obras e instalación con responsabilidad y compromiso bajo una administración eficiente y confiable. Comprometidos con el mejoramiento de la calidad de vida de nuestro personal y el mejoramiento continuo

de nuestros productos y servicios, contribuyendo al progreso económico y social de nuestra empresa y de la región.

5.1.4 VISIÓN

Seremos la empresa más importante, rentable, segura, en constante crecimiento, con altos niveles de productividad, competitiva y agresiva en los mercados nacionales e internacionales, aplicando reingeniería en sus procesos con sistemas administrativos integrados, completamente automatizados, precisos y versátiles. Estaremos atentos a la creación de nuevas estrategias con calidad agilidad e innovación para estar siempre a la vanguardia de la industria nos anticiparemos a las respuestas y cambios del entorno dinámico en el que nos desenvolvemos para diferenciarnos y posicionarnos como la mejor alternativa del nacional e internacional.

5.1.5 ANÁLISIS INTERNO DE LA EMPRESA

5.1.5.1 Análisis de la Misión Y Visión de la Empresa.

La misión de la empresa fue realizada por los directivos y ha sido divulgada a los empleados verbalmente por medio de reuniones de integración, en estas se les explica a los funcionarios como está la empresa y como desean que sea la empresa en un futuro. La misión no existe por escrito y no se encuentra en ningún lugar visible para los empleados.

En lo que a la visión se refiere **CORPISOS S.A.** En los próximos tres años quiere ser percibida como una compañía sólida la cual puede ser un modelo a seguir por sus competidores, ser líderes en el mercado posicionado sus productos y creando estrategias de agilidad e innovación. Ser una empresa proactiva para posicionarse

y diferenciarse de manera que sean la mejor alternativa tanto nacional como internacionalmente.

Con respecto a los objetivos comerciales la empresa cuenta con una buena claridad en su definición y grado de cumplimiento, dado que pueden ser verificables y medibles por medio de indicadores. Los objetivos financieros tienen una buena definición desde el punto de vista de su especificidad, sin embargo sería bueno tener una ampliación de estos de manera que se pueda determinar el grado de medición y cumplimiento que se él puede dar a cada uno de ellos. Los objetivos operativos tienen una buena relación con la misión y visión de la empresa al igual que los comerciales.

5.1.5.2 Análisis de la Estrategia Corporativa.

Capacidad de diferenciación de la empresa: La empresa cuenta con unos factores significativos de diferenciación con respecto a la competencia, entre estos se pueden mencionar el precio, el cual es similar al de la principal competencia, siendo en algunos formatos más económicos; la calidad, teniendo en cuenta la piedra coralina por tratarse de un producto natural, es de igual calidad, pero la densidad de la misma depende de la cantera de donde se extraiga, siendo más porosa en unas zonas y más compacta en otras; la empresa no posee canteras propias, lo cual proporciona la facilidad de comprar en diferentes zonas y proporcionar a los clientes diferentes texturas y tonalidades; el servicio, se presta a nivel regional el servicio de instalación en obra y asesoran a nivel internacional a los clientes, brindando información técnica de instalación y mantenimiento; la tecnología, la empresa posee una buena tecnología en número superior que la competencia en maquinaria de corte de piedra (Talla Bloque), en cortadoras de retal CORPISOS S.A. cuenta con 8 máquinas, la competencia tiene 3. Para la explotación de la materia prima la competencia posee mejor tecnología (hilo

diamantado) lo que le permite mejor aprovechamiento y menor desperdicio de la materia prima; con respecto a las materias primas, la competencia tiene canteras propias lo que le facilita la adquisición de materia prima, a CORPISOS S.A. se les dificulta un poco porque dependen de terceros para la explotación de la materia prima, sin embargo, tienen la posibilidad de adquirirla en diferentes zonas, lo cual permite ofrecer diversidad de tonos y texturas; financieramente, la competencia tiene mayores costos de producción porque la tecnología utilizada en la explotación de la materia prima es más costosa, sin embargo la productividad es mayor que la de empresa.

5.1.5.3 Proyecciones de la Empresa

5.1.5.3.1 Objetivos

5.1.5.3.2 Objetivo General

Realizar un diagnóstico a **CORPISOS S.A.** con el fin de construir indicadores de gestión y una política de responsabilidad social empresarial que permitan identificar nuevos mercados globales.

5.1.5.3.3 Objetivos Específicos

- ♣ Analizar el macro-ambiente de **CORPISOS S.A.** y su influencia en las áreas funcionales y sus procesos gerenciales.
- ♣ Evaluar la situación financiera de la empresa para poder determinar su estado actual y predecir su evolución en el futuro.
- ♣ Proponer indicadores de gestión que permitan administrar efectivamente los procesos de la empresa.

- ♣ Identificar las tendencias y preferencias de consumo en el ámbito mundial en cuanto a piedras naturales en acabados de construcción.

5.1.5.3.4 Objetivos que la Empresa Tiene en Curso

5.1.5.3.4.1 Objetivos Comerciales.

- ♣ Realizar exportaciones a la mayoría de las islas del Caribe
- ♣ Incrementar la participación de mercado en Estados Unidos
- ♣ Mantener buenas relaciones comerciales con los distribuidores de los países de centro y sur América, y abrir nuevos mercados en Europa inicialmente en España, para incrementar las ventas.

5.1.5.3.4.2 Objetivos Financieros.

- ♣ Cumplir con el presupuesto de ingresos mensual mínimo en un 85%.
- ♣ Minimizar los gastos de mantenimiento del presupuesto en un 20% con respecto al año 2010.
- ♣ Obtener una utilidad neta mínima del 20% mensual, conforme el presupuesto de ingresos.

5.1.5.3.4.3 Objetivos Operativos.

- ♣ Reducir el inventario de materia prima al nivel mínimo necesario e ingresar a la planta mínimo 600m^3 de piedra malecón (materia prima) al mes para responder a la requisición de producción.
- ♣ Producir 10000 m^2 mensuales de formato en medidas de alta rotación, de acuerdo con la demanda del mercado.
- ♣ Cortar las telas de coralina maximizando su tamaño de alta rotación.

5.1.5.4 Análisis DOFA

DEBILIDADES
1.Alto nivel de endeudamiento
2.Falta de una planeación de mercadeo
3.Bajo nivel de conocimiento de la competencia
4.Falta de documentación para el desarrollo de los procesos
5.Bajo nivel de liquidez

OPORTUNIDADES
1- Ferias internacionales en convenio Camacol y Fedelonjas.
2-Apoyo de Proexport en ferias internacionales.
3-Crecimiento en el sector de la construcción y acabados.
4- Facilidad para la exportación de sus productos
5- Apoyo del Gobierno para políticas de vivienda nueva.

FORTALEZAS
1.Sistema de información adecuado al negocio
2.Experiencia en exportaciones
3. Equipos adecuados para la producción
4.Conocimiento de la normatividad ambiental
5.Buen nivel de control de calidad a los productos terminados

AMENAZAS
1- Demora en pagos de exportaciones.
2- Restricciones para explotar la materia prima por parte de CARDIQUE.
3- El tratado de libre comercio de EEUU con Centro América, principalmente con Republica Dominicana principal socio exportador.
4- Cambios en el estado del tiempo.
5- Incursión en el mercado de productos chinos (porcelanatos) a más bajo precio.

5.1.5.4.1 Análisis y comentarios de Fortalezas Y Debilidades

De acuerdo con la formulación de la matriz BCG se observa que la mayoría de los productos ofrecidos por **CORPISOS S.A.** se encuentran en el cuadrante de productos interrogante. Es decir, es una industria de gran crecimiento que obliga a la organización a tomar decisiones de peso para cada producto. Aunque la coralina, el mármol y la baldosa se encuentren en el mismo cuadrante, hay que destacar que la coralina posee la más alta participación de mercado así como la más alta tasa de crecimiento, mientras que el crecimiento y participación de la baldosa y el mármol son menores.

Para la empresa es fundamental tener en cuenta este comportamiento puesto que podría realizar inversiones que conlleven a un mayor crecimiento de la coralina hasta posicionarlo como su producto estrella, tal vez, siendo un poco radical en cuanto al mármol y la baldosa que no representan tanta participación de mercado ni crecimiento. El servicio de corte y el porcelanato definitivamente no son el mejor producto, este se ubican dentro del cuadrante de los productos perros, esto es, un

segmento de mercado con escaso crecimiento que en definitiva puede estar generando mayores costos que beneficios a la compañía el seguir con su producción y comercialización. La vaca de dinero está representada por el retal 2.0. El retal 2.0 es el “sobrante” o todos aquellos pedazos sin forma definida que quedan al momento del corte de la piedra en formatos de medidas específicas. Representa perfectamente el papel de vaca de dinero debido a que no es el producto principal de la empresa ni está dirigido a su mercado objetivo, sino mas bien le representa entradas de dinero al ser adquirido por clientes de estratos inferiores que no cuentan con la capacidad de compra para adquirir los formatos en medidas definidas pero que aun así desean de alguna manera consumir el producto.

En cuanto a la matriz de Evaluación de los Factores Internos, la empresa muestra que dentro de sus fortalezas se encuentra bien posicionada en los factores más importantes que son la experiencia en exportaciones y el conocimiento de la normatividad ambiental. Estas fortalezas le permitirán a la organización llevar a cabo más fácilmente estrategias de penetración en nuevos mercados internacionales, que es el objetivo que persigue este diagnostico. Sin embargo, al observar detalladamente las debilidades, la empresa obtiene las más altas calificaciones en las debilidades más importantes, como son en endeudamiento y la falta de liquidez, factores determinantes que en un momento dado pueden frenar o retroceder el crecimiento de una empresa sencillamente porque si el factor financiero no es favorable ninguna estrategia puede llevarse a cabo por muy buena que sea.

5.1.5.4.2 Análisis de las Oportunidades y Amenazas

En esta matriz se evidencia que la empresa está por encima de la media, lo que indica que la empresa debe aprovechar estas oportunidades, para penetrar mercados potenciales y desarrollar su portafolio de productos, que garantice estabilidad en el sector y el mercado, tanto en la producción como en la comercialización de los diferentes productos. De igual manera se observa que la empresa se enfrentará a una serie de amenazas, para lo cual se recomienda minimizar los costos tanto de producción como de comercialización, mejorando los estándares de calidad y de servicio, satisfaciendo las expectativas de los clientes actuales y potenciales.

5.1.5.4.3 Otras Oportunidades y Amenazas

OPORTUNIDADES
1- Bajos precio en compra de maquina por la firma del TLC.
2-Ferias inmobiliarias en el exterior para el 2011 convenio Camacol y fedelonjas
3-Desarrollo turístico; principalmente en la construcción de hoteles nacionales en el caribe colombiano.
4- Firma del TLC de Colombia con países centro Americanos
5-.Proyección en el crecimiento del sector de la construcción para el segundo semestre y el año 2011 según informe de Camacol.

AMENAZAS
1- Incursión en el mercado de empresas comercializadoras de productos sustitutos para los acabados en construcción.
2-Agotamiento de materia prima coralina en el sector.
3-Entrada de nuevos competidores en el sector con tecnología de punta y alto poder de negociación.
4- Inspección de los organismos del control del trabajo y la seguridad social.
5- Exportación bajo normas de Certificación

5.1.5.4.4 Expectativas que se tienen sobre la empresa por parte de los dueños, clientes, proveedores y trabajadores

De acuerdo con los instrumentos aplicados, las expectativas que se tienen sobre la empresa son (Ver anexos A, B y C):

- ♣ Los Dueños: Tienen expectativas positivas con respecto a la empresa. Consideran que ésta está en capacidades de competir en el largo plazo, así mismo, opinan que en un momento dado de ser necesario optarían por alianzas estratégicas. Consideran también que la empresa cuenta con buena tecnología y que el negocio es rentable.
- ♣ Los Clientes: Muestran una satisfacción alta para con la empresa. Se sienten respaldados con entregas oportunas, sistemas de información empresa-cliente y estrategias de fidelización.
- ♣ Los Proveedores: Se muestran dispuestos a aliarse con la empresa y la ven como una empresa sólida. Prefieren venderle a crédito, esto muestra que confían en la capacidad de pago de CORPISOS S.A.

- ♣ Los Trabajadores: Al contrario de las demás opiniones, los empleados no se sienten tan importantes dentro de la organización ni sienten que sean tenidos en cuenta en el momento de tomar decisiones, a pesar de que consideran que contribuyen bastante al logro de los objetivos. Así mismo, consideran que trabajan con bajas condiciones de seguridad y que muy pocas veces la empresa les brinda capacitación.

5.1.5.4.5 Objetivo de supervivencia: objetivo económico.

- ❖ Cumplir con el presupuesto de ingresos mensual mínimo en un 85%.
- ❖ Minimizar los gastos de mantenimiento del presupuesto en un 20% con respecto al año 2011.
- ❖ Obtener una utilidad neta mínima del 20% mensual, conforme el presupuesto de ingresos.

5.1.5.4.6 FILOSOFIA: Goce de la belleza interior y exterior que le ofrece la piedra Coralina

5.1.5.4.7 Imagen Propia:

- ❖ En el diagnóstico realizado a la empresa **CORPISOS S.A.** en todas sus áreas funcionales, operativa, financiera, mercadeo, producción, contable, y de talento humano se evidenció que la Empresa posee un alto conocimiento de su entorno y posee objetivos corporativos relacionados con su misión y visión. Tienen claramente definido el segmento de mercado al que se dirige su producto y éste cuenta con una buena aceptación por las actuales tendencias de consumo, esto es, volver a lo natural, en este caso, la piedra coralina.

5.1.5.4.8 Imagen Buscada: Tipo Comercial.

- ❖ **CORPISOS S.A.** en la búsqueda de estos nuevos mercados globales se ven en la necesidad de escudriñar tanto en su interior como en el macro ambiente en el que se desempeña con tal de diseñar estrategias que le permitan expandir su mercado internacional para asegurar su permanencia en el largo plazo.

- ❖ Mantener buenas relaciones comerciales con los distribuidores de los países de centro y sur América, y abrir nuevos mercados en Europa inicialmente en España, para incrementar las ventas.

5.1.5.4.9 RESPONSABILIDAD SOCIAL

- ♣ Se debe dar a conocer al personal, las proyecciones que tiene la empresa, empezando por un nivel de metas alineadas con la misión y a su visión, involucrando de manera directa al personal en la consecución de los objetivos, sean de carácter comercial, operativo o financiero.

- ♣ Implementar un programa de capacitación de todo el personal tanto en los niveles corporativos como los operativos en áreas fundamentales como el trabajo en equipo, liderazgo, empoderamiento, delegación.

5.1.5.4.9.1 Análisis de la responsabilidad social

La empresa cuenta con un amplio conocimiento de las normas ambientales que se aplica a esta clase de negocios y que le proporciona excelentes resultados. Manejan licencia minera, de exploración y explotación y la licencia ambiental en estos momentos se encuentra en trámite. Estas licencias son otorgadas por el Ministerio del Medio Ambiente a través de la Corporación Autónoma Regional del Canal del Dique (CARDIQUE).

Existe una política de gestión ambiental, la cual se refiere al cabal cumplimiento de toda normatividad relacionada con: explotación y procesamiento de materiales de construcción con el objetivo de beneficiarse de los recursos naturales no renovables en un espíritu de armonía y preservación del ecosistema. Lo relacionado con este tema es manejado por el jefe del departamento jurídico de la empresa. Además existe una sana comunicación entre los empleados y directivos de la empresa en las áreas de producción y administrativa con el fin de generar una conciencia en el tema de un desarrollo económico sostenible.

La contaminación directa que genera la empresa es agua y ruido, e indirectamente de impacto visual; esta clase de contaminación es fácil de ser detectada y corregida a tiempo. En la parte ambiental en el área de producción tienen estrictos controles en sus procedimientos para evitar la contaminación sonora, ambiental y aguas residuales.

Los residuos que genera la empresa en el proceso de producción son transportados a lugares de relleno.

5.1.5.4.10 Síntesis de los aspectos negativos o debilidades de cada una de las aéreas funcionales

5.1.5.4.10.1 Área De Direccionamiento Estratégico.

- ♣ No trabajan la misión por escrito y no se encuentra ubicada de forma visible.
- ♣ Bajo nivel de realización de alianzas estratégicas.

5.1.5.4.10.2 Área De Gestión Comercial.

- ♣ Manejo de un plan de mercadeo técnicamente diseñado.
- ♣ Falta de manejo de una marca que ayude a la diferenciación de los productos.
- ♣ Bajo nivel de conocimiento de la competencia.
- ♣ Ventas con altibajos durante los últimos tres años.
- ♣ Bajos conocimientos en trámites y procesos de exportación.

5.1.5.4.10.3 Área de Producción y Operaciones

- ♣ La empresa cuenta con varias máquinas para el desarrollo de su trabajo, este equipo es el adecuado para esta clase de productos, pero en el mercado se encuentran máquinas que son más rápidas y modernas. Por lo tanto el nivel de modernización es medio. La maquinaria la han ido adquiriendo desde el momento de la creación de la empresa en 1.995 y de ahí en adelante a medida que ha ido creciendo han ido comprando maquinaria nueva.

5.1.5.4.10.4 Aseguramiento de Calidad

- ♣ No existe una documentación de la normatividad de procesos.
- ♣ Bajo nivel de documentación con respecto a las normas para la producción (procesos y productos).

5.1.5.4.10.5 Gestión Administrativa.

- ♣ Falta de manejo de programas de capacitación.
- ♣ Darle un manejo a Internet por cargos intermedios.

5.1.5.4.10.6 Gestión financiera.

- ♣ Falta dar un mayor manejo a varias de las herramientas para realizar planeación financiera.
- ♣ Bajo nivel de liquidez que no permite cubrir sus obligaciones a corto plazo, esto es causa de no atender debidamente los pasivos a corto plazo y a una regular administración de los activos corrientes.
- ♣ Alto nivel de endeudamiento que pone en manos de los acreedores a la empresa.
- ♣ Manejo inadecuado de los costos de ventas que hacen tener una utilidad bruta baja con tendencia a disminuir.
- ♣ Utilidad operacional altamente influenciada por los gastos administrativos y de ventas.
- ♣ Existencia de utilidad neta por ingresos extraordinarios aunque manejan igualmente gastos de esta misma clase.
- ♣ Niveles de rentabilidad lejanos a los normales manejados en el mercado.

5.1.5.5 PRODUCTOS Y SERVICIOS

5.1.5.5.1 Formato y decoraciones en Piedra Coralina.

Coralina. Es una tableta recortada de piedra coralina, clasificada entre las calcáreas compuestas de carbonato de calcio, restos de animales marinos (fósiles) como moluscos y corales concentrados en capas, de textura porosa y variada densidad, de tonalidades que van desde crema claro, hasta tonos tierra suave. Disponible en múltiples formatos, inclusive pueden tomarse pedidos con medidas especiales. Según la porosidad se ofrece en normal y compacta.

- ♣ Formatos en piedra coralina en diferentes dimensiones (desde 20cmx20cm hasta 60cmx60cm) y espesor mínimo de 2 cm. y diferentes espesores bajo pedido, las cuales son usadas para recubrimientos de pisos y fachadas.
- ♣ Elaboran una amplia gama de objetos con diferentes aplicaciones para la decoración, tales como artículos para jardín, artículos para oficinas, bases de mesas, columnas, chimeneas, fuentes, lámparas y además diseñan y elaboran cualquier producto especial bajo pedido y al gusto de los clientes.

5.1.5.5.2 Servicios.

- ♣ Servicio de Instalación en Obras.
- ♣ Servicio de corte y acabado de otros tipos de piedra naturales a comercializadoras que no cuentan con la maquinaria necesaria.
- ♣ Servicio de diseño y asesoría sobre planos a los clientes sin ningún costo.

5.1.5.6 LOCALIZACION

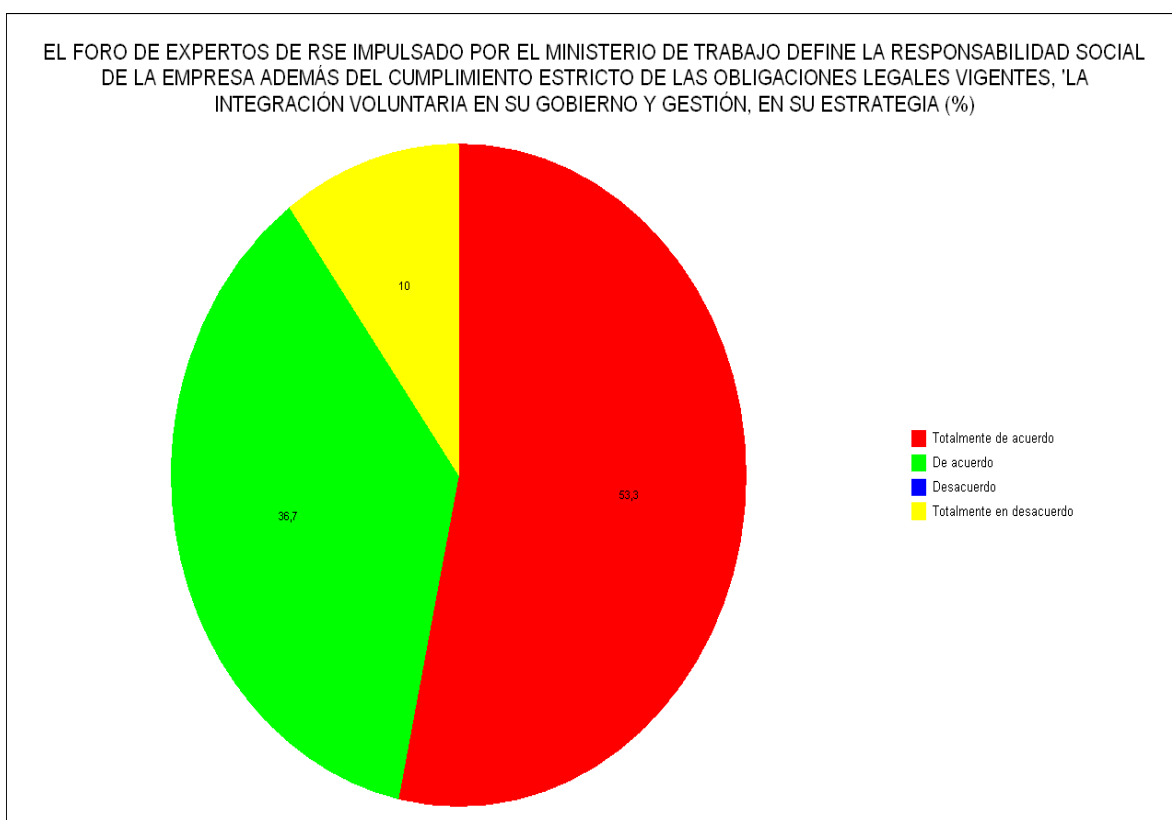
La empresa CORALINAS & PISOS S. A. se encuentra ubicada en el municipio de Turbaco con 3 canteras (espacios de cielo abierto con suficiente materia prima para explotar) situadas en: Bonanza y Constanza las cuales son proveedores.

5.1.5.7 TECNOLOGIA:

- Cortadoras de puente para mármol – granito – piedras – areniscas y piedras en general.
- Cortadoras Monobloc de puente.
- Cortadoras disco vertical y horizontal para las canteras, hidráulicas - automáticas.
- Pulidoras de brazo articulado. Pulidoras de cinta automáticas.
- Discos y utensilios de diamante. Discos abrasivos varios.
- Grúas tipo pluma giratoria.
- Puentes grúa, varias potencias.
- Corta Bloques.
- Talla Bloques.
- Cuadreadoras.

6 CAPITULO II

DETERMINAR LA PERCEPCIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL QUE SE EMPLEA A NIVEL INTERNO Y EXTERNO DE CORALINAS & PISOS S.A, A PARTIR DE SUS POLÍTICAS ORGANIZACIONALES Y CONVENIOS EMPRESARIALES CON ENTIDADES DE RSE.



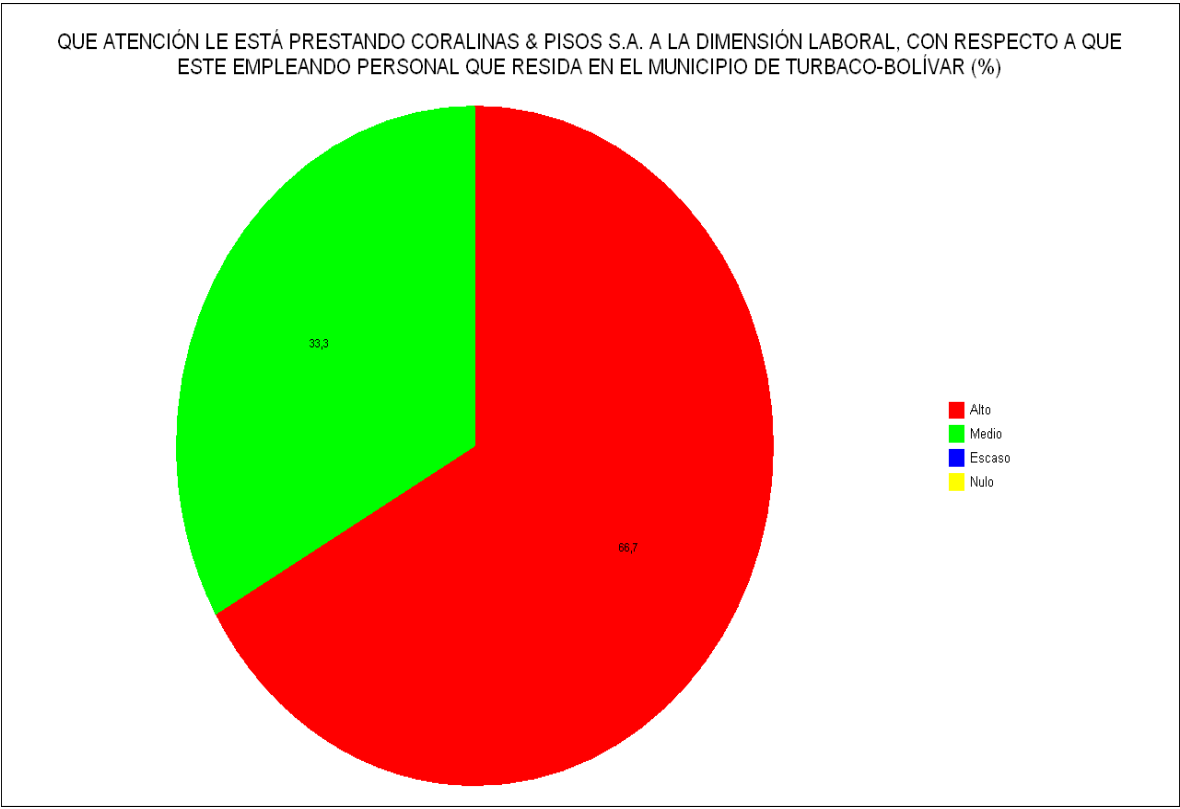
La percepción del concepto que existe en la comunidad de Turbaco (Bolívar) con respecto a la responsabilidad social empresarial de la empresa **CORALINAS Y PISOS S.A.** es buena con un 36.6% y muy buena con un 53.3%, ya que en promedio el 90% de la comunidad entiende lo que significa la responsabilidad social empresarial, esto a raíz de las simultáneas capacitaciones que llevó a cabo Fundación Mamonal, no solo para los propietarios de diferentes empresas en el

municipio y empleados a nivel interno en las compañías, sino en los preámbulos que hace dicha entidad antes de ejecutar una actividad en el municipio de Turbaco, lo que enriquecer aun mas los conocimientos de la población estudiada en materia de RSE.



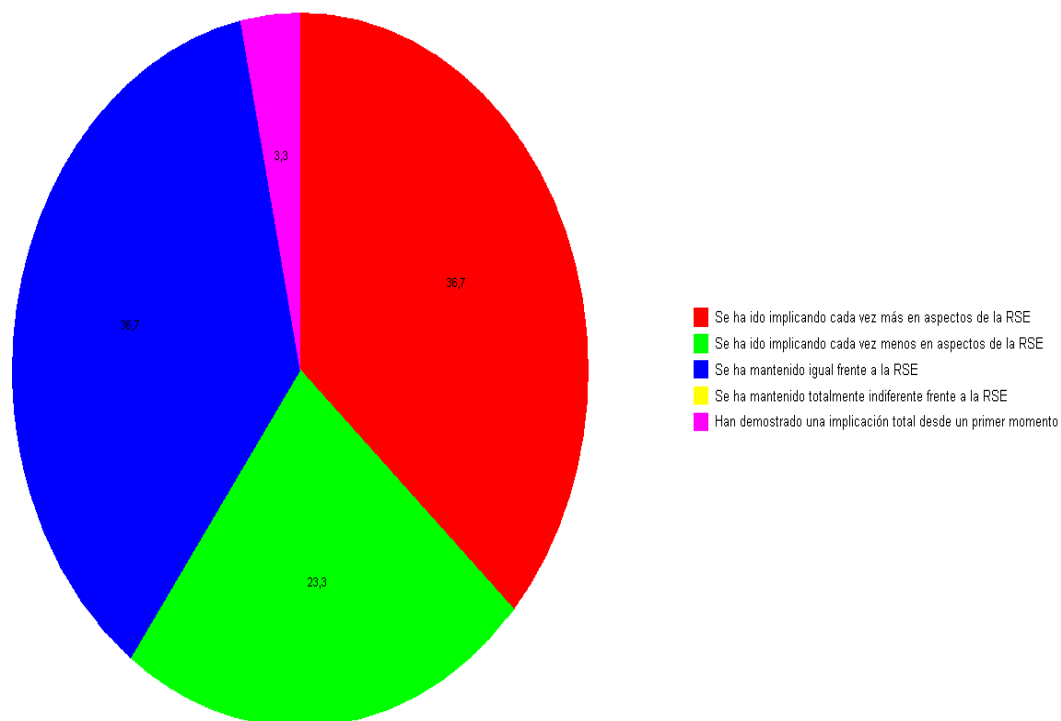
Solamente el 46.7% de la comunidad resalta como buena las actividades que realiza la empresa **CORALINAS & PISOS S.A.**, al momento de ejecutar la responsabilidad social empresarial mientras el 50% asegura que su labor es regular y el 3.3% afirma que es mala. Esto debido a que los aportes son solo el 15% de los empleados de la compañía, el cual la mayoría de los aportantes devengan el salario mínimo y sus montos de aporte son muy bajos. La parte administrativa de Corpisos S.A. en los últimos años ha estado tan centrada en la

difícil situación económica, por el cual se ha sostenido a raíz de la crisis mundial, que hace más de dos (2) años en sus presupuestos no tiene proyectado progresar en materia de RSE, sino de subsistir con las obligaciones que ya esta presenta.

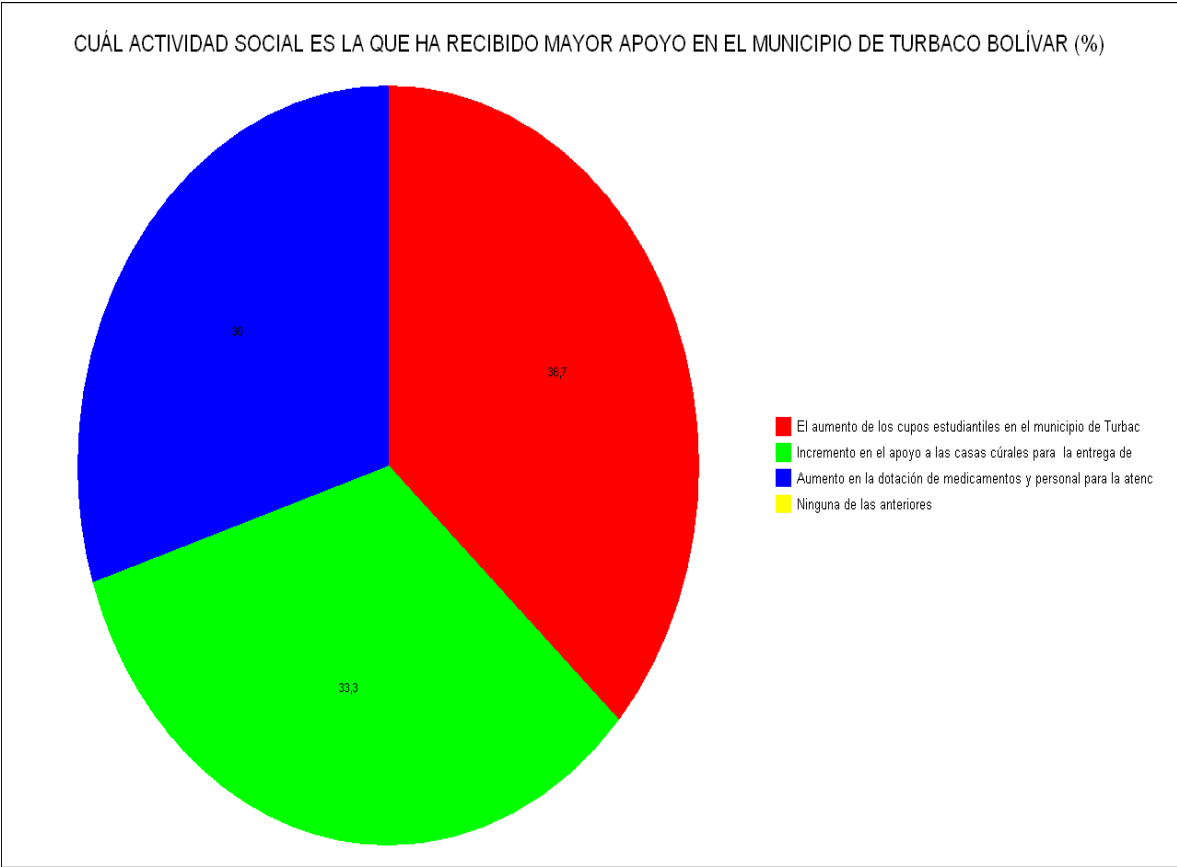


El compromiso de la empresa **CORALINAS & PISOS S.A.** para la contratación de personal ubicado dentro del perímetro urbano del municipio de Turbaco (Bolívar) es bueno. Ya que para el 66.7% la tasa de contratación de personal residente en el municipio de Turbaco es alto y para el 33.3% es medio; y 0% para escaso y nulo.

QUE PIENSA USTED DE LAS ACTIVIDADES SOCIALES QUE EJECUTA FUNDACIÓN MAMONAL EN EL MUNICIPIO DE TURBACO BOLÍVAR EN COLEGIOS, CASAS CURALES, CENTROS DE SALUD, ETC. CON LOS APORTES DE CORPISOS S.A. (%)

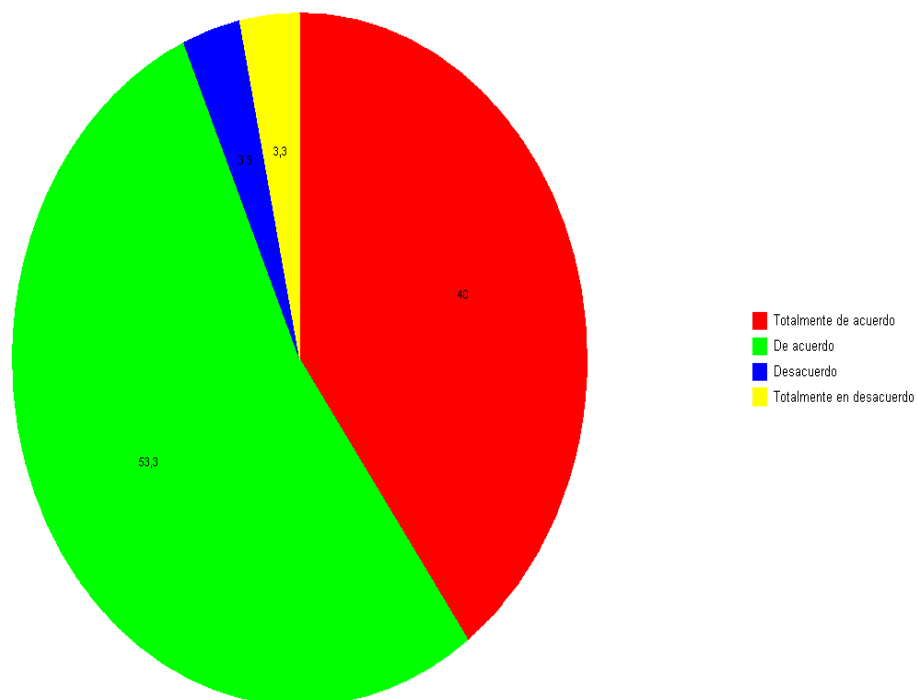


Para la comunidad de Turbaco (Bolívar) el compromiso de Corpisos S.A. con respecto a la RSE y sus respectivos aportes a la organización Fundación Mamonal, ha reflejado un aumento para un 36.7%, el mismo porcentaje afirma que se ha mantenido; para el 23.3% cada vez es menor el compromiso de las empresas con la RSE, y solamente el 3.3% afirma que las empresas han tenido un compromiso total desde el primer momento. Esto explica, que a pesar de que los montos de aportes sean bajos, Fundación Mamonal se ha sostenido con los mismos y no ha dejado de hacer las actividades sociales en el municipio, el cual no solo es beneficiada la población de Turbaco en general, sino los empleados de la empresa estudiada y mas que todo en las actividades de Educación.



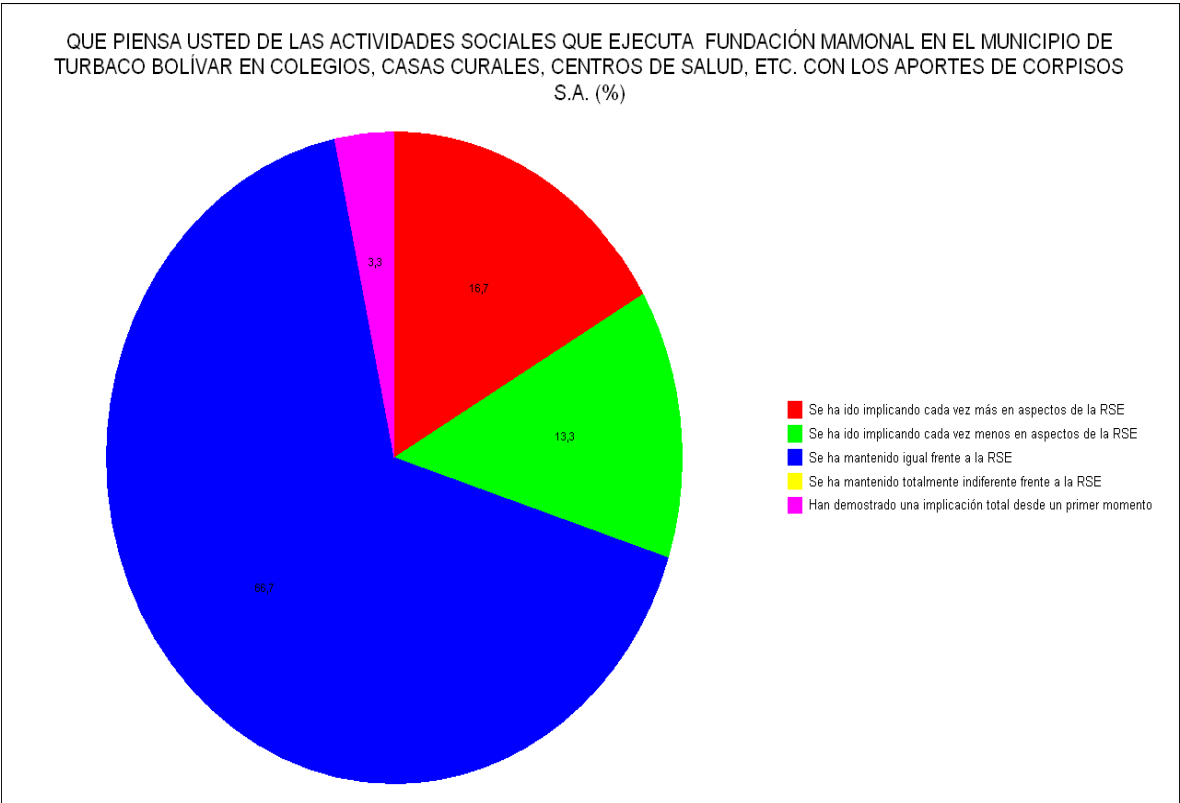
Los recursos destinados para el apoyo social de las empresas está distribuido de forma casi uniforme ya que se observa que en un 36.7% ha aumentado el cupo escolar en el municipio; el apoyo a las casas cúrales que sirven de intermediarias para dar alimentación a familias menos favorecidas es de un 33.3%; el sector salud recibe un apoyo del 30%.

EL FORO DE EXPERTOS DE RSE, IMPULSADO POR EL MINISTERIO DE TRABAJO, DEFINE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA ADEMÁS DEL CUMPLIMIENTO ESTRICTO DE LAS NORMAS LEGALES VIGENTES, LA INTEGRACIÓN VOLUNTARIA EN SU GOBIERNO Y GESTIÓN, EN SU ESTRATEGIA. (%)



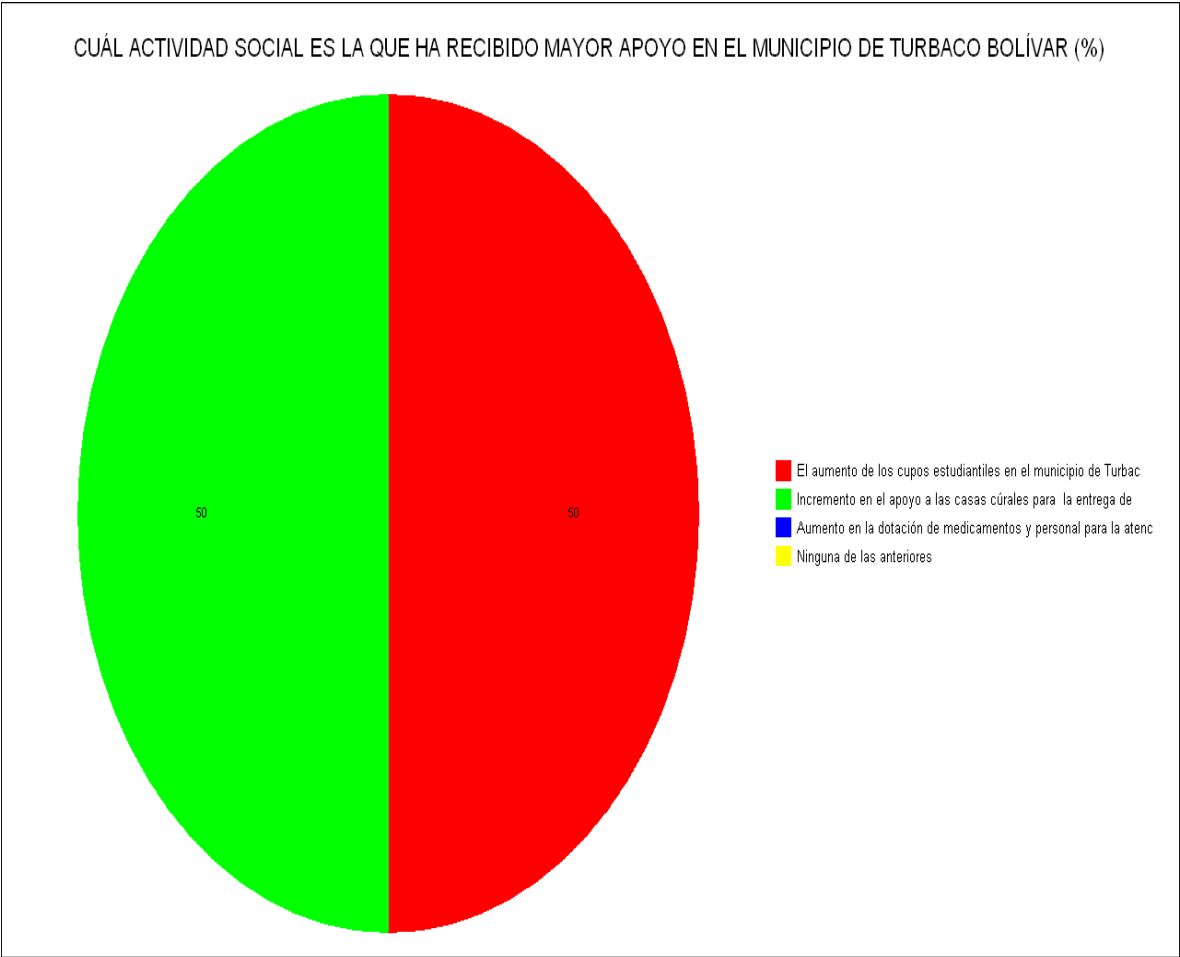
Internamente se observa que el 53.3% de los trabajadores están de acuerdo con la definición de responsabilidad social empresarial, el 40% totalmente de acuerdo, 3.3% están en desacuerdo y el mismo porcentaje totalmente en desacuerdo. Como ya se había mencionado, Fundación Mamonal ha hecho que evolucione los conocimientos sobre este concepto (RSE) para concientizar al personal de aumentar y cotizar sus aportes, pero vale clarar que el 6.6% son empleados que están recién ingresados a la compañía y aun no han sido beneficiados de estas capacitaciones.

Para el 46.7% de los trabajadores la ejecución de la responsabilidad social empresarial de **CORALINAS Y PISOS S.A.** es regular, para el 43.3% es buena; el 6.7% afirma que es excelente y el 3.3% mala. Como ya se había mencionado, en este punto radica mucho los bajos montos de cotización y la falta de apoyo económico directamente de la empresa, por sus múltiples problemas de iliquidez, afectada por la crisis mundial, el cual está tratando de sostenerse.



Para el 66.7% de los trabajadores de la empresa **CORALINAS Y PISOS S.A** la ejecución de actividades de responsabilidad social empresarial se ha mantenido, para el 16.7% se han ido implicando más en la ejecución de actividades de

responsabilidad social empresarial; para el 13.3% se ha disminuido el apoyo a estas actividades y para un 3.3% se ha mostrado un compromiso desde el inicio. Esto explica el sostenimiento de la empresa económicamente a pesar los bajos montos de cooperación en este municipio, con aras de mejorar económicamente y tratar de recuperar su posición inicial para aumentar sus cotizaciones.



Para el personal de la empresa **CORALINAS Y PISOS S.A** los apoyos en materia de responsabilidad social empresarial confirma 50% que ha incrementado el apoyo en las casas curales que sirven de intermediarios para suministrar

alimentación a familias de escasos recursos y el otro 50% afirma que el aumento de cupos estudiantiles. Esto se ha visto reflejado en los reportes mensuales que envía Fundación mamonal, ya que las inversiones con estos bajos montos de cotización ha rendido mas en el ámbito de educación y de alimentación como mercados y otros enseres a las casas curales para beneficiar de forma indirecta al municipio de Turbaco por sector de ubicación de las mismas casas curales, ya que el invertir en dotación médica para los centros de salud es mas significativo el valor de aporte para que aumenten las actividades en el ámbito de salud.

7 CAPITULO III

DESCRIBIR LAS DIFERENTES POLÍTICAS EJERCIDA POR LA EMPRESA CORALINAS & PISOS S.A. PARA LA EJECUCIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y OBSERVAR CUAL ES SU PARTICIPACIÓN EN LAS ACTIVIDADES SOCIALES QUE REALIZAN LAS ENTIDADES DE RSE A LAS CUALES SE ENCUENTRA ADSCRITA.

Dentro de las políticas que ejerce la empresa **CORALINAS & PISOS S.A.** que ayudan a gestionar la responsabilidad social empresarial se encuentra la política ambiental, la cual busca el cumplimiento de toda normatividad relacionada con: explotación y procesamiento de materiales de construcción con el objetivo de beneficiarse de los recursos naturales no renovables en un espíritu de armonía y preservación del ecosistema. Además existe una sana comunicación entre los empleados y directivos de la empresa en las áreas de producción y administrativa con el fin de generar una conciencia en el tema de un desarrollo económico sostenible. Esto busca ayudar a minimizar los daños ecológicos que se causan debido a la sustracción de la materia prima utilizada por la empresa contribuyendo de esta manera a mejorar las condiciones ecológicas de su entorno.

Otra política que ayuda en términos de responsabilidad social empresarial es que el 42% del personal que labora en la planta es residente en el municipio lo que genera mayor ingresos y mejoramiento de vida para las familias de los trabajadores, generando oportunidad de progreso y mejoramiento de vida para cada uno de ellos, mientras que el 58% son empleados que viven en la ciudad de Cartagena, pero de acuerdo como vaya creciendo el municipio de Turbaco en material laboral, es decir operarios capacitados y profesionales eficientes, se tiene proyectado seguir aumentando la tasa de empleados que sean del mismo municipio para contribuir a su desarrollo.

8 CAPITULO IV

JUSTIFICAR LOS BENEFICIOS OBTENIDOS POR CORALINAS & PISOS S.A.
EN LAS DIFERENTES ACTIVIDADES SOCIALES REALIZADAS EN EL
MUNICIPIO DE TURBACO/BOLÍVAR.

Los beneficios que obtiene la empresa **CORALINAS & PISOS S.A.** en realidad son nulos ya que sus aportes para gestionar políticas de responsabilidad social son muy pocos y no le alcanzan para generar beneficios tributarios o acogerse algún plan ofrecido por el gobierno nacional.

10. PRESUPUESTO

CANTIDAD	CONCEPTO	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
	Transporte		\$110.000.00
2	Cartucho negro para impresora	\$50.000.00	\$100.000.00
1	Cartucho color para impresora	\$60.000.00	\$60.000.00
1	Resmas de papel	\$10.000.00	\$10.000.00
	Internet		\$100.000.00
2	Investigadores	\$1.500.000.00	\$3.000.000.00
	Total		\$3.380.000.00

Los investigadores son: LILIANA RAMÍREZ MATURANA Y ARQUÍMEDES HERNÁNDEZ BARBOSA

11. BIBLIOGRAFÍA

- 1) Nuevos retos y perspectivas del pensamiento administrativo - Responsabilidad social ambiental - para la construcción de una cultura ambiental empresarial - ASCOLFA - Marzo de 2008 - ISBN 978-958-9329-34-4. Presidente: Orlando Salinas Gómez - Corcas Editores Ltda.
- 2) Compromiso Social y Liderazgo Empresarial - de Clara Inés Restrepo Vélez para Corona - santa Fe de Bogotá D.C. Colombia 1994. Editorial Guadalupe Ltda.
- 3) Responsabilidad Social Empresarial - RSE para emprendedores - Ramón David Expósito Vélez - Cartagena / Bolívar. - Javier Farto López - Baracaldo España / Paul Collado Sierra - Ramón Villaescusa Mora - ISBN: 978-958-44-3600-9.
- 4) Responsabilidad Social de las empresas - "Una mirada desde España hacia América Latina" Fundación Carolina Cealci. - Ramón Jaurrqui - Editorial: EFCA S.A. (España).
- 5) RSE Responsabilidad Social Empresarial - lecciones, casos y modelos - Autor: Jorge Emilio Sierra Montoya - Editorial: Panamericana Formas e impresos S.A. DiC 2007 - Bogotá / Colombia.
- 6) El Argumento empresarial de la RSE y casos de América Latina y el Caribe / Juliano Flórez, Enrique Ogliastrri y Estrella Peinado - Editorial: Vara e Imre Petry.

11.1 LIBROS DE INVESTIGACION

- 7) Metodología de la Investigación - cuarta edición - Autores: Roberto Hernández Sampieri - Carlos Fernández Collado - Pilar Baptista Lucio - McGraw - Hill interamericana - año 2006.

- 8) Metodología - segunda edición - Autor: Carlos Eduardo Méndez Alvares - Sociólogo - Mc Graw Hill, 1998 Interamericana S.A.

12. CONCLUSIONES

- El concepto de responsabilidad social empresarial es entendido por la mayoría de la comunidad del municipio de Turbaco por que han recibido programas de capacitación intensivos por las mismas organizaciones y entidades de RSE, para apoyar dichos programas.
- Las empresas del municipio de Turbaco están poco comprometidas con la responsabilidad social empresarial de la misma población.
- El Municipio de Turbaco, en las actividades que han recibido mayor beneficio ha sido en el ámbito de educación y alimentación por medio de las casas curales.
- Falta de compromiso de las instituciones tanto privadas como estatales para dar cumplimiento al mejoramiento de la calidad de vida de los individuos y en muchos de los casos ha sido por resultados de la crisis económica mundial.
- La empresa **CORALINAS & PISOS S.A.** no cuenta con una política de responsabilidad social empresarial bien diseñada.
- La empresa **CORALINAS & PISOS S.A.** no recibe beneficios como tal, por sus bajos montos de cotización, pero se ha mantenido a pesar de su difícil situación económica y manejan una concientización a nivel general de mejorar económicamente para beneficiar a su población vecina y empresarial a nivel interno.

13. RECOMENDACIONES

- Generar un enfoque que busque el mejoramiento de la compañía con el crecimiento mutuo de la comunidad que lo rodea creando una mentalidad de empresa responsable socialmente.
- Crear proyectos en conjunto con la comunidad que vayan encaminados a mejorar las condiciones de vida y el crecimiento rural de este municipio.
- Replantear las necesidades de la comunidad y buscar mejorar las condiciones de vida de la misma, pensando en que si su municipio de ubicación geográfica crece, esta también obtendrá mayores beneficios a nivel global como empresa.

ANEXOS

ENCUESTA RSE A LA COMUNIDAD DE TURBACO BOLIVAR

La presente es una encuesta con la que se busca evaluar la responsabilidad social empresarial que ejerce la empresa **CORALINAS & PISOS S.A** en el municipio de Turbaco Bolívar

1. El Foro de Expertos de RSE impulsado por el Ministerio de Trabajo define la Responsabilidad Social de la Empresarial además del cumplimiento estricto de las obligaciones legales vigentes, “la integración voluntaria en su gobierno y gestión, en su estrategia, políticas y procedimientos, de las preocupaciones sociales, laborales, medioambientales y de respeto a los derechos humanos que surgen de la relación y el diálogo transparentes con sus grupos de interés, responsabilizándose así de las consecuencias y los impactos que se derivan de sus acciones”. ¿Qué opina de esta definición?

- A. Totalmente de acuerdo
- B. De acuerdo
- C. Desacuerdo
- D. Totalmente en desacuerdo

2. Usted cree que ha venido evolucionando durante los últimos años el papel de los sindicatos en el ámbito de RSE

- A. Muy favorablemente

B. Favorablemente

C. Medianamente favorable

D. Desfavorablemente

3. Cuál ha sido el protagonismo de las empresas industriales ubicadas en el municipio Turbaco-Bolívar en materia de RSE

A. Trascendental

B. Relevante

C. Poco relevante

D. Escaso

E. Ninguno

4. Como cree usted que está ejerciendo la responsabilidad social empresarial Coralinas & Pisos S.A. "Corpisos S.A."

A. Excelente

B. Buena

C. Regular

D. Mala

E. Muy mala

5. Cuál es el impacto ocasionado por la crisis económica en materia de RSE en Corpisos S.A. con respecto a los beneficios que recibe el municipio de Turbaco-Bolívar.

A. Alto

B. Medio

C. Escaso

D. Nulo

6. Como califica los beneficios para la comunidad de Turbaco Bolívar ha generado la RSE ejecutada por las empresas del municipio

A. Alto

B. Medio alto

C. Bajo

- D. Muy bajo
- E. Nulo

7. Qué piensa usted de las actividades sociales que ejecuta fundación mamonal en el municipio de Turbaco Bolívar en Colegios, Casas cùrales, centros de salud, etc. con los aportes de Corpisos S.A.

- A. Se ha ido implicando cada vez más en aspectos de la RSE
- B. Se ha ido implicando cada vez menos en aspectos de la RSE
- C. Se ha mantenido igual frente a la RSE
- D. Se ha mantenido totalmente indiferente frente a la RSE
- E. Han demostrado una implicación total desde un primer momento

8. Qué atención le está prestando Coralinas & Pisos S.A. a la dimensión laboral, con respecto a que este empleando personal que resida en el municipio de Turbaco-Bolívar

- A. Alto
- B. Medio
- C. Escaso
- D. Nulo

9. Cuál actividad social es la que ha recibido mayor apoyo en el municipio de Turbaco Bolívar

- A. El aumento de los cupos estudiantiles en el municipio de Turbaco-Bolívar
- B. Incremento en el apoyo a las casas cùrales para la entrega de alimentos a las familias de más bajos recursos
- C. Aumento en la dotación de medicamentos y personal para la atención de los usuarios de los centros de salud de Turbaco
- D. Ninguna de las anteriores

ENCUESTA RSE A EMPLEADOS DE CORPISOS S.A.

La presente es una encuesta con la que se busca evaluar la responsabilidad social empresarial que ejerce la empresa **CORALINAS & PISOS S.A** en el municipio de Turbaco Bolívar

1. El Foro de Expertos de RSE impulsado por el Ministerio de Trabajo define la Responsabilidad Social de la Empresarial además del cumplimiento estricto de las obligaciones legales vigentes, “la integración voluntaria en su gobierno y gestión, en su estrategia, políticas y procedimientos, de las preocupaciones sociales, laborales, medioambientales y de respeto a los derechos humanos que surgen de la relación y el diálogo transparentes con sus grupos de interés, responsabilizándose así de las consecuencias y los impactos que se derivan de sus acciones”. ¿Qué opina de esta definición?

A. Totalmente de acuerdo

B. De acuerdo

C. Desacuerdo

D. Totalmente en desacuerdo

2. Usted cree que ha venido evolucionando durante los últimos años el papel de los sindicatos en el ámbito de RSE

A. Muy favorablemente

B. Favorablemente

C. Medianamente favorable

D. Desfavorablemente

3.Cuál ha sido el protagonismo de las empresas industriales ubicadas en el municipio Turbaco-Bolívar en materia de RSE

A. Trascendental

- B. Relevante
- C. Poco relevante
- D. Escaso
- E. Ninguno

4. Como cree usted que está ejerciendo la responsabilidad social empresarial
Coralinas & Pisos S.A. "Corpisos S.A."

- A. Excelente
- B. Buena
- C. Regular
- D. Mala
- E. Muy mala

5. Cuál es el impacto ocasionado por la crisis económica en materia de RSE en
Corpisos S.A. con respecto a los beneficios que recibe el municipio de Turbaco-
Bolívar.

- A. Alto
- B. Medio
- C. Escaso
- D. Nulo

6. Como califica los beneficios para la comunidad de Turbaco Bolívar ha generado la
RSE ejecutada por las empresas del municipio

- A. Alto
- B. Medio alto

- C. Bajo
- D. Muy bajo
- E. Nulo

7. Qué piensa usted de las actividades sociales que ejecuta fundación mamonal en el municipio de Turbaco Bolívar en Colegios, Casas cùrales, centros de salud, etc. con los aportes de Corpisos S.A.

- A. Se ha ido implicando cada vez más en aspectos de la RSE
- B. Se ha ido implicando cada vez menos en aspectos de la RSE
- C. Se ha mantenido igual frente a la RSE
- D. Se ha mantenido totalmente indiferente frente a la RSE
- E. Han demostrado una implicación total desde un primer momento

8. De acuerdo a como actualmente Corpisos S.A. emplea la RSE, usted cree que:

- A. Debe seguir haciéndolo por medio de Fundación mamonal
- B. Debe afiliar otra entidad de RSE a la compañía que aporte más el municipio de Turbaco-Bolívar
- C. Debe seguir con Fundación mamonal y aumentar las cotizaciones de descuentos por nómina de empleados a para aportar más a las actividades
- D. Debe aumentar el monto de cotización a cada empleado cotizante para ampliar las actividades a mas numero de población del municipio de Turbaco-Bolívar

9. Cree usted que puede la Responsabilidad social empresarial ayudar a salir de la crisis a Coralinas & Pisos S.A.

- A. Si

- B. No
- C. Tal vez

10. Cuál actividad social es la que ha recibido mayor apoyo en el municipio de Turbaco Bolívar

- A. El aumento de los cupos estudiantiles en el municipio de Turbaco-Bolívar
- B. Incremento en el apoyo a las casas cùrales para la entrega de alimentos a las familias de más bajos recursos
- C. Aumento en la dotación de medicamentos y personal para la atención de los usuarios de los centros de salud de Turbaco
- D. Ninguna de las anteriores