

1-1-2016

Análisis del programa de sostenibilidad y responsabilidad social empresarial (RSE) en la organización Corona Colombia

Brenda Castellanos Cifuentes

Fabián Orozco Contreras

Follow this and additional works at: https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion_de_empresas

Citación recomendada

Castellanos Cifuentes, B., & Orozco Contreras, F. (2016). Análisis del programa de sostenibilidad y responsabilidad social empresarial (RSE) en la organización Corona Colombia. Retrieved from https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion_de_empresas/1638

This Trabajo de Grado is brought to you for free and open access by the Facultad de Ciencias Administrativas y Contables at Ciencia Unisalle. It has been accepted for inclusion in Administración de Empresas by an authorized administrator of Ciencia Unisalle. For more information, please contact ciencia@lasalle.edu.co.

**ANALISIS DEL PROGRAMA DE SOSTENIBILIDAD Y RESPONSABILIDAD
SOCIAL EMPRESARIAL (RSE) EN LA ORGANIZACIÓN CORONA COLOMBIA:
ARTÍCULO DE REFLEXIÓN.**

Brenda Castellanos Cifuentes, 11042083. Brend531@hotmail.com

Fabián Orozco Contreras, 11062263 forozco63@unisalle.edu.co

Universidad de La Salle.

“Con la riqueza extrema viene una responsabilidad extrema”

Richard Branson (fundador de Grupo Virgin).

Resumen

El presente artículo de reflexión aborda el concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) a la luz del análisis del Programa de RSE y las prácticas organizacionales de la empresa Corona, entendiendo conceptos y conocimientos obtenidos durante la universidad, en donde se resaltan los alcances de la misma en este tema, así como oportunidades de mejora. Se concluye que las estrategias de esta organización han sido exitosas en la promoción y gestión de procesos de responsabilidad social lo cual permite tomar como referencia sus modelos y estrategias y reflexionar en torno a la importancia del desarrollo de prácticas organizacionales éticas y responsables en las empresas como un aporte al desarrollo del país. La empresa Corona refleja con sus promesas de sostenibilidad un crecimiento continuo como potencia y reconocimiento no solo a nivel nacional sino también internacional basándose en la innovación,

calidad liderazgo gestión humana y ambiental realizando diferentes actividades y procesos que mejoren cada día la responsabilidad social que quieren demostrar y aplicar. El artículo demostrará cada una de las actividades y explicaciones de cómo funciona internamente el trabajo social ambiental y económico de la compañía, basándose en la integridad de cada colaborador.

Palabras clave: Responsabilidad Social Empresarial (RSE), Corona Colombia, Innovación, Sostenibilidad, Empresa.

Abstract

This reflexive article discusses the concept of Corporate Social Responsibility (CSR) in light of the analysis of the CSR program and organizational practices of the company Corona, where their scopes are highlighted, as well as their opportunities for improvement. It concludes that strategies of this organization have

been successful in the development and management of processes of social responsibility which allows referring their models and strategies and reflecting on the importance of the development of ethical and responsible organizational practices in organizations as a contribution to development of the country

Keywords: Corporate Social Responsibility (CSR), Corona Colombia, Innovation, Sustainability, Company.

Introducción

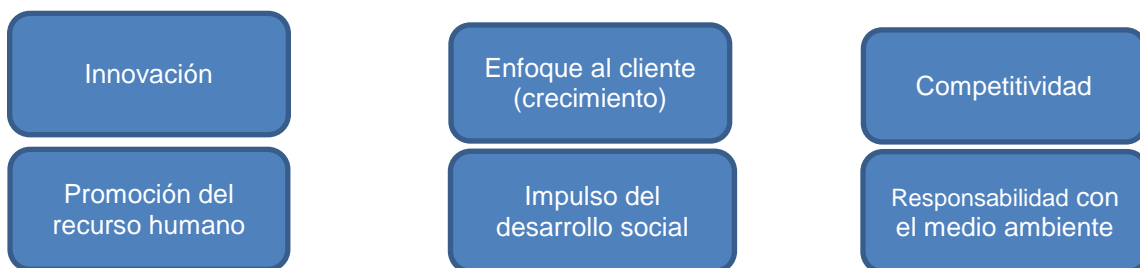
El presente artículo se realizó con la intención de generar un acercamiento a las prácticas de las 6 propuestas de sostenibilidad de la empresa Corona, e investigar la responsabilidad social que está generando la empresa con los colaboradores y la sociedad Colombiana. Mediante la investigación y el análisis de la sostenibilidad del se hablará a los largo del artículo de la empresa Corona, se podrá definir e identificar las fortalezas, resultados y mejoramiento de las promesas y propuestas objeto de estudio, así como lograr la consolidación de los diferentes conceptos propios de la carrera de Administración, la ética profesional y la responsabilidad social de las compañías.

Al realizar este artículo se quiere dar a conocer, cómo una organización que trabaja comprometida con la sociedad puede garantizar el éxito y la sostenibilidad de su negocio. Si bien la humanidad reclama una ética y moralidad para el desarrollo, las organizaciones están considerando estos aspectos vitales para la supervivencia de las compañías generando no solo una rentabilidad sino tomando decisiones con libertad y responsabilidad. Con los resultados se examinarán los logros obtenidos a través de las diferentes actividades y oportunidades que brinda la empresa, no solo para los clientes internos y externos, sino también para el desarrollo de un país en cuanto su gestión financiera, su gestión social y gestión ambiental. Es importante conocer a fondo que “riquezas” están logrando las grandes, medianas y pequeñas empresas en la sociedad, para buscar un compromiso colectivo con cada una de las personas, logrando una sociedad altamente competitiva desarrollada y con un enfoque humano que se pueda difundir en cualquier rincón del mundo. La organización Corona es una empresa líder en el sector de la

remodelación y la construcción en Colombia y un sólido competidor en otros países. Esta organización cimienta su esquema de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), en el modelo de la perspectiva de la triple cuenta de resultados, a través del cual pretende generar valor hacia los diversos grupos de interés con los que tiene relación, en términos económicos, sociales y ambientales.

De esta manera, la organización Corona, desarrolla diferentes proyectos y programas, que tienen su marco ejecutivo en “las seis promesas de sostenibilidad” a través de las cuales, la compañía ha logrado alcanzar reconocimientos y logros significativos en relación a sus clientes, a sus empleados, a sus proveedores, a sus accionistas, a las zonas y comunidades de influencia y a la sociedad en general. A continuación se plasmarán las 6 promesas de sostenibilidad y puntos de vista frente a las actividades que la empresa genera y cumple para llegar a tener liderazgo en la industria de la construcción Colombiana.

Grafica 1 - Las seis promesas de sostenibilidad



Fuente: elaboración propia

Como se verá más adelante, Corona posee un excelente programa de RSE y sostenibilidad, fundamentado en directrices claras que le permiten tener una gran movilidad y generar las estrategias necesarias y pertinentes en cada momento, para asegurar el desarrollo y crecimiento de la empresa. Aun así, se presentarán algunas recomendaciones en términos del manejo de la información respecto a los grupos de interés, un análisis de la gestión de riesgo y el desarrollo de productos responsables con atributos ambientales.

Responsabilidad Social Empresarial y desarrollo sostenible desde una óptica mundial.

El concepto de responsabilidad social empresarial es relativamente novedoso comenzó a ser asumido por numerosos representantes del contexto político y económico mundial, desde instituciones financieras, empresas, organizaciones, agencias de desarrollo, facultades de administración, gobierno, hasta la Organización de las Naciones Unidas con la más grande iniciativa de sostenibilidad a nivel mundial, denominada Pacto Global que promueve el compromiso del sector privado, sector público y sociedad civil a alinear sus estrategias y operaciones con diez principios universalmente aceptados en cuatro áreas temáticas: derechos humanos, estándares laborales, medio ambiente y anti-corrupción.

Desde el área de derechos humanos refieren apoyar y respetar la protección de los derechos humanos y no ser cómplice de abusos a estos, en el ámbito de estándares laborales las organizaciones deben apoyar los principios de la libertad de asociación, sindical y el derecho a la negociación colectiva, así como eliminar el trabajo forzoso y obligatorio, abolir cualquier forma de trabajo infantil y eliminar la discriminación en materia de empleo y ocupación.

A su vez las organizaciones convendrán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente, fomenten iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad que favorezcan el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas con el medio ambiente.

Por último, se deberá trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidos extorsión y soborno.

Pacto Global se considera un marco de acción que facilita la legitimación social de los negocios y los mercados. Aquellas organizaciones que se adhieren al Pacto Global comparten la convicción de que las prácticas empresariales basadas en principios universales contribuyen a la generación de un mercado global más estable, equitativo e incluyente, y que fomenta sociedades más prósperas. (Red pacto Global Colombia, 2015)

Desarrollo de la temática.

Las empresas como base de desarrollo tienen una función benéfica que implica obligaciones como buscar el desarrollo económico y social de un país. Basándonos en estas afirmaciones podemos nombrar las diferentes acciones que pueden determinar un resultado positivo en la creación de una empresa como lo es la innovación.

Esta acción de innovar es una de las más importantes ideas en las diferentes industrias del mundo, para llegar al éxito esperado. La empresa Corona tiene como promesa de sostenibilidad la innovación orientando todos los esfuerzos para satisfacer las necesidades de los clientes y consumidores, con el fin de estudiar lo que busca el demanda para así entregar un

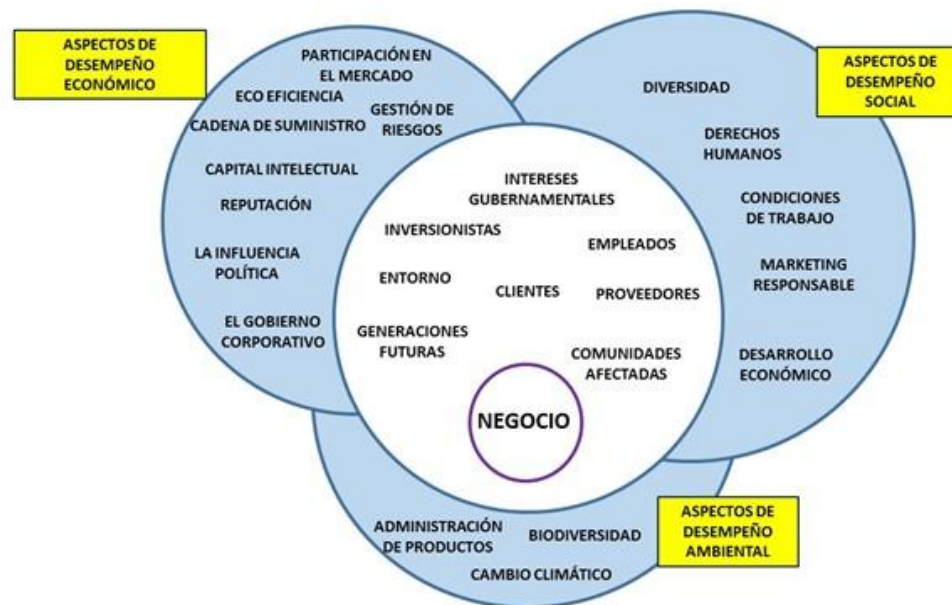
producto novedoso, con alta tecnología y desarrollar mejores procesos de manufactura llegando a ser una de las empresas más competitiva del sector de la construcción. Si bien sabemos Corona está posicionada en una de las más altas compañías de la industria, destacándose por sus modernas fabricaciones de productos que conforman soluciones integrales para Baños, Cocinas y Revestimientos para hogares, oficinas, establecimientos comerciales e institucionales. La calidad certificada al igual que los precios asequibles son características relevantes que emplean para seguir innovando no solo en Colombia si no en algunos países de sur América, Centro América y Norte América entre otros. Este no solo es el elemento utilizado para lograr la sostenibilidad de la empresa, sino que buscan otros factores influyentes, lo cual logra como objetivo final un ganar frecuente para el beneficio colectivo y no solo el individual. De ahí que las empresas como sistemas, influyan en el equilibrio social, cultural, económico y político de sistemas más amplios. Es por esto que el concepto de innovación y de Responsabilidad Social (RSE) ha empezado a tomar cada vez más fuerza no solo en países desarrollados sino en países en vía de desarrollo y empresas como esta, que cada vez aumentan su interés por lograr una sostenibilidad adecuada y un balance completo desarrollando e identificando los aspectos importantes que llevan al éxito y a la competitividad en un mundo consumista.

La ONUDI (2007) define la RSE como “el modo en que una empresa alcanza un equilibrio entre los imperativos económicos, medioambientales y sociales, a la vez que aborda las expectativas de los accionistas e interesados”, e igualmente refiere que “para que una organización sea sostenible, tiene que ser segura desde el punto de vista económico, así como minimizar (o eliminar) el impacto medioambiental negativo y actuar de conformidad con las expectativas de la sociedad”.

Sin embargo no se puede desconocer que muchas empresas han “adoptado” la RSE como “moda” y pensando en un beneficio diferente al que esencialmente debería tener. En ese sentido, se ha generado un debate respecto al tema pues, como expone Duque et, al. (2013), no se sabe con exactitud qué hace a una empresa responsable socialmente ni qué tareas específicas debe ejecutar para asegurar un compromiso con la comunidad.

En el gráfico 2, se muestra un esquema respecto a la definición de responsabilidad social empresarial, el cual vale la pena tener en cuenta para el análisis posterior del Programa de RSE de la Organización Corona.

Gráfico 2 – Definiendo la responsabilidad Social Empresarial



Fuente: United Nations Industrial Development Organization (2007). *¿Qué es la RSE?*

Recuperado de: <http://www.unido.org/en/es/que-hacemos/creacion-de-capacidad-comercial/responsabilidad-social-empresarial-para-la-integracion-de-los-mercados/que-es-la-rse.html>

Respecto a la empresa seleccionada, Organización Corona, resulta interesante presentar una breve descripción y reseña histórica de la misma, la información para desarrollar este ejercicio fue extraída de la página web de la compañía (derechos reservados Corona, 2015).

La organización Corona, se engendra en el año de 1881 con la compañía Cerámica Antioqueña, una empresa dedicada a la producción de loza y vidrio. En 1935 fue adquirida por Gabriel Echavarría Misas, quien se hizo cargo de ella hasta su muerte en 1943.

Entre 1948 y 1960 incluyó en su portafolio de productos los revestimientos, la porcelana, la baldosa cerámica y la explotación y comercialización de minerales no metálicos. Este proceso llevó a la organización a Madrid Cundinamarca, y de allí surge la que es conocida hoy como la sociedad *Electroporcelana Gamma S.A.*

En el periodo comprendido entre 1961 y 1980 la organización corona se extiende al mercado de EE.UU, y para el año de 1962 instala allí una planta para la fabricación de artefactos sanitarios, siendo el objetivo de ésta la producción en línea para la exportación al mercado del país norteamericano.

En 1963 sigue la creación de *Grival*, una empresa diseñada para la producción de grifería de metal y plástico. Igualmente, en ese periodo la empresa afianza su proyección con la creación de una fábrica de maquinaria para la elaboración de productos cerámicos en asociación con *Crossley Machines*.

Para 1980 con la construcción de una planta de producción de revestimientos para piso en el municipio de Sopó, se da la consolidación de la compañía en diversos mercados de América. En 1994 se asocia con *Sodimac* de Chile para iniciar la cadena de almacenes *Home Center*. Esta unidad de negocio se complementó en 1998 con los formatos de Hipercentro Corona y Tienda Cerámica.

En el plano internacional la comercialización de los productos Corona se ha venido gestando con la creación de Domesa (empresa lanzada 2001 en México para la distribución de vajillas) y Orchid Ceramics (empresa creada en EE.UU para la distribución de revestimientos cerámicos). Este proceso de apertura ha involucrado, también, la adquisición del control de Mansfield LLC (productora y comercializadora de sanitarios en EE.UU) y la alianza de la cadena Do it de Panamá para el lanzamiento del formato de Hipercentro.

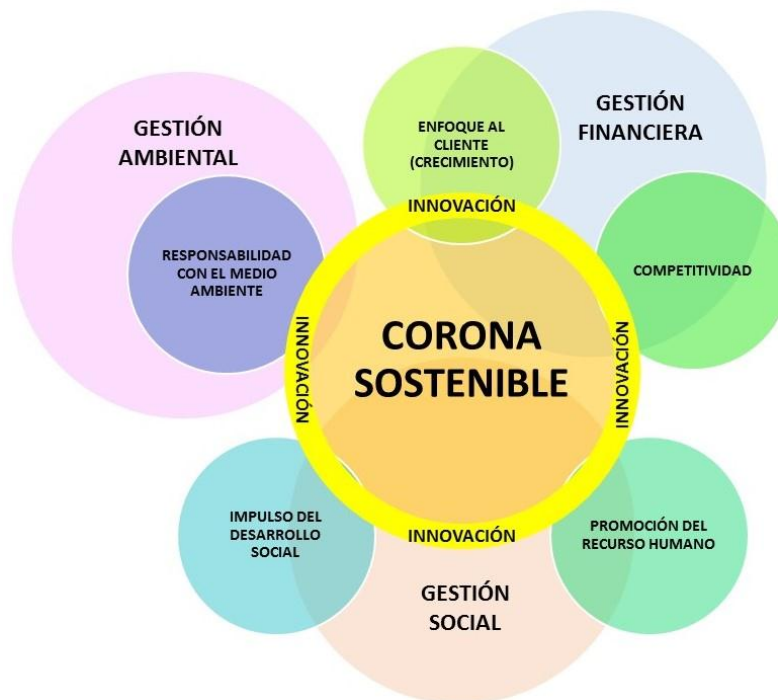
En la actualidad, la Organización Corona es un de las multinacionales colombianas más importantes del país, compuesta por seis unidades estratégicas de negocio, y cuenta con 26 plantas de manufactura en diversos países, entre ellos: Colombia, Brasil, Costa Rica, Estados Unidos, Guatemala y Nicaragua; así como también cuenta con oficinas en Colombia, México y China. La organización impacta 4 continentes y exporta sus productos a cerca de 45 países.

Es de esperarse que en un mundo que avanza a pasos agigantados y que se sumerge cada vez más en el fenómeno de la globalización, empresas como la organización Corona emprendan iniciativas de desarrollo sostenible y responsabilidad social empresarial (RSE), con la intención de cuidar y aprovechar al máximo cada recurso del que disponen.

A continuación, se esboza y presenta la iniciativa en relación al desarrollo sostenible adoptada por la Organización Corona, que tal como se observa en el gráfico se organiza sobre 6 ejes rectores, los cuales son denominados por la empresa como “Las seis promesas de sostenibilidad”.

La organización Corona, define su proyecto de sostenibilidad, denominado, “*Corona Sostenible*”, como un compromiso de desarrollo con la sociedad y el planeta, desde la perspectiva de la triple cuenta de resultados, es decir en términos sociales, económicos y ambientales.

Gráfico 3: Esquema del programa de Desarrollo sostenible Organización Corona.



Fuente: elaboración propia basada en las 6 promesas sostenibles corona

Con la intención de permitir una comprensión más abarcadora de cada una de las “*promesas de sostenibilidad*” estipuladas por la *Organización Corona*, se diseñó un formato que permitiera analizar la información referida a cada una de ellas, en donde se consigna la siguiente información:

- a. Descripción general de la promesa.
- b. Cómo – Metodología.
- c. Interpretación de los resultados obtenidos por la compañía en relación a cada promesa para el año 2014.

De igual forma, dichas tablas se agruparon según el ítem del “enfoque del triple resultado final” al que pretende apuntar, entiéndase por esto:

- a. Gestión financiera: compuesta por enfoque al cliente y competitividad.
- b. Gestión Social: compuesta por promoción del recurso humano e impulso del desarrollo social.
- c. Gestión Ambiental: compuesta por responsabilidad con el medio ambiente

Transaccional a toda la propuesta de Corona sostenible

Promesa 1: Innovación

Descripción: el objetivo principal de esta promesa es satisfacer las necesidades y requerimientos de los clientes y consumidores.

¿Cómo?: Mediante estrategias innovadoras, cuya intención es entregar al mercado productos novedosos, desarrollando nuevos y mejores procesos de manufactura, implementando

mejores prácticas organizacionales y diseñando nuevos modelos de negocios, aumentando con ello la competitividad.

Resultados 2014: La organización Corona logro para el 2014, teniendo en cuenta las necesidades de los consumidores lanzar y desarrollar innovadores productos y colecciones, para lo se invirtió de manera importante en nuevas tecnologías. Algunos ejemplos de lanzamientos son: Colcerámica incluyen pisos con tecnología de Alta Resistencia al Deslizamiento (ARD) y el sanitario Smart que asegura un consumo de agua de 4 a 9 litros en promedio.

Gestión financiera

Promesa 2: enfoque al cliente (crecimiento)

Descripción: Es definida como la intención de asegurar un crecimiento rentable a través del fortalecimiento de los mercados actuales, la expansión hacia mercados potenciales y la incursión en nuevas categorías de productos y servicios, siempre buscando ofrecerle un servicio excelente a clientes y consumidores.

¿Cómo?: Mediante estrategias de ampliación del mercado y adquisición de nuevos espacios productores; ejemplo de ello, adquisición de Incesa y la marca American Standard para Centro América, y de ERECOS; y la puesta en marcha de nuevas plantas de producción, en nuevas regiones del mundo con la intención de abastecer y suplir las necesidades de diversos países, entre ellas la planta en Brasil: Companhia Sulamericana de cerámica. E igualmente

generación de nuevos formatos comerciales de Homecenter (Car center – Constructor Stand Alone).

Resultados 2014: Es posible observar que las diversas estrategias implementadas en relación al enfoque hacia el cliente y con ello el crecimiento de la compañía, generaron mayores márgenes de rentabilidad; pues al innovar y abarcar nuevos mercados a través de formatos novedosos y mediante la ampliación de la compañía, a través la adquisición de nuevas plantas, se lograron generar mayores rangos de producción y cubrimiento de las necesidades de los clientes y consumidores de la empresa, en tiempos más cortos, aumentando con ello la eficiencia, eficacia y efectividad y genero un crecimiento en ventas del 13%.

Promesa 3: Competitividad

Descripción: Esta promesa es comprendida como la intención de hacer de Corona una empresa más competitiva en los mercados en los que participa dentro y fuera de Colombia, que responda de manera oportuna a las expectativas y necesidades de los clientes y consumidores.

¿Cómo?: Reestructurando costos y gastos a través de la metodología de mejoramiento del Kit Corona generando ahorros por más de \$24 mil millones. De igual forma, implementando, proyectos de conducción eficiente, entre otros; y avanzando mediante los Assesment tecnológicos en el cierre de brechas de la situación tecnológica actual frente al estado del arte vigente siendo más eficientes y por lo tanto más competitivos.

Resultados 2014: La Organización Corona ha logrado ser más competitiva en el mercado aumentando su eficiencia manufacturera, reduciendo las ineficiencias y mejorando las condiciones de proceso de producción, convirtiéndose este en un proceso más ágil y con mayor diligencia que solventar de forma eficiente las necesidades de los clientes.

Gestión Social

Promesa 4: Promoción Del Recurso Humano

Descripción: La intención de esta promesa es contar con un equipo humano competente y comprometido, que esté orgulloso de pertenecer a la Organización y que disfrute haciendo su trabajo. Y que además de ello, dicho equipo pueda estar convocado por líderes que lo orienten hacia el logro de resultados extraordinarios.

¿Cómo?: Mediante el desarrollo de estrategias empresariales como:

a. Escuela de liderazgo: es un programa que fortalece el desarrollo de los líderes para lograr transformaciones a través de cuatro ejes: Aseguramiento de los resultados del negocio, desarrollo del talento a su cargo, fortalecimiento de la cultura Corona, y gestión de un clima laboral favorable.

b. Programa de Habilidades Conversacionales, dirigido a los socios estratégicos de todas las unidades de negocio con el fin de desarrollar competencias y habilidades como coach y agente de cambio.

- c. Generación de un clima organizacional que favorezca la productividad y el desarrollo integral de los colaboradores, asegurando el crecimiento del recurso humano, de la empresa y de la sociedad misma.
- d. Programa Best Buddies: proyecto a través del cual Homecenter contrató de manera directa e indefinida a 130 colaboradores en condición de discapacidad física, cognitiva y/o sensorial.
- e. Red en acción: programa mediante el cual se beneficiaron 100 colaboradores con donación de productos, diseño arquitectónico y donación económica.

Resultados 2014: Con la intención de evaluar la percepción del clima organizacional se aplicó la metodología Great Place To Work – gptw, con resultados sobresalientes.

Este análisis permitió que la Organización Corona postulara y emprendiera estrategias de mejora como consolidar una red de trabajo con cajas de compensación familiar y entidades públicas, entre ellas el ICBF, buscando implementar acciones orientadas al mejoramiento integral de las condiciones de vida de los colaboradores y sus familias (incluyendo apoyo en niveles como la asesoría psicológica, economía y finanzas familiares, prevención de la violencia intrafamiliar, prevención de adicciones, temas de vivienda entre otros.); e igualmente el desarrollo y creación de otro tipo de iniciativas de crecimiento y formación para el recurso humano.

Promesa 5: Impulso Del Desarrollo Social

Descripción: La organización Corona, considera como primordial el desarrollo de las regiones en donde opera, esta es una de las premisas en las que se fundamenta su actividad. Así

pues cimientan su promesa en impulsar el desarrollo social, lo que implica generar impactos positivos en los trabajadores, sus familias y las comunidades que se traduzcan en el mejoramiento de sus condiciones de vida.

¿Cómo?: Mediante el Sistema de Relacionamiento, según la cual se define la forma en que la compañía se relaciona con su entorno y desarrolla los compromisos establecidos en el Plan de Sostenibilidad Social. Este sistema permite a la compañía priorizar los aspectos relevantes en los que debe centrar sus esfuerzos de trabajo con cada uno de los grupos de interés, aprovechando las fortalezas y competencias organizacionales para articular alianzas público privadas, influir en políticas públicas a nivel local o nacional y promover el desarrollo de una cultura de buena ciudadanía corporativa, con miras a implementar programas y proyectos que mejoren su calidad de vida.

E igualmente, a través de:

1. El voluntariado Corona a través del cual se apoyan causas sociales en las zonas de influencia en las que se desarrolla la compañía.
2. Banco de materiales: consiste en un programa que apunta al mejoramiento de las condiciones físicas de las viviendas de los colaboradores, por medio de la asignación y entrega de producto, en calidad de obsequio.
3. Donaciones en especie a entidades sin ánimo de lucro y entidades territoriales, el cual tiene como objetivo principal contribuir a mejorar la calidad de vida de las comunidades ubicadas en sus zonas de influencia con proyectos de infraestructura física.
4. Corona es tu casa: es una iniciativa que permite el acercamiento de Corona a la comunidad y a las administraciones locales de nuestras zonas de influencia, propiciando el

intercambio de ideas y opiniones en torno a temas relevantes para el desarrollo de la comunidad de la región.

5. Proyectos en alianza con la fundación Corona: La Fundación Corona es un aliado estratégico de Corona para el desarrollo de diversos programas y de proyectos alineados con el cumplimiento de políticas públicas o de metas relevantes para el país, fuera de las zonas de influencia directa.

6. Premio corona pro hábitat: a través del cual se ha promovido el mejoramiento del hábitat popular y la sostenibilidad ambiental, siendo hoy una ventana para que profesionales y estudiantes de arquitectura, ingeniería y diseño industrial puedan dar a conocer sus ideas, hallazgos y talento.

Resultados 2014: La Organización Corona ha logrado impactar positivamente la realidad tanto de sus colaboradores (niveles internos), mediante posibilidades de mejoramiento de la calidad de la vida de los mismos; como de las zonas en donde tiene influencia directa (sistemas externos) y aquellas con las que no a través de la fundación Corona.

La compañía ha aportado en proyectos de diversas áreas como educación, construcción de viviendas y escuelas, entre otros.

Igualmente, a lo largo del tiempo ha establecido sistemas que le permiten retroalimentar su labor social y evaluar la misma haciendo las transformaciones necesarias para que sus esfuerzos en el impulso de desarrollo resulten adecuados.

En el 2014 se generaron alianzas para tener un voluntariado con un mayor impacto en las comunidades de influencia. De esta manera, se cerró el año con 18 jornadas de mejoramiento a instituciones educativas y/o servicios sociales, 12 jornadas ambientales y 14 mentores

participando en Red Endeavor. Lo anterior equivale a 10.320 horas donadas, y más de 17.000 beneficiarios.

También es importante resaltar que se buscó robustecer la cadena de valor a través de un diagnóstico en sostenibilidad que se realizó con 52 de los principales proveedores de Corona. Con 19 de ellos se definió un plan de acción detallado que busca su desarrollo y crecimiento, y que se implementara en el 2015.

Gestión Ambiental

Promesa 6: Responsabilidad con el medio ambiente

Descripción: Corona está comprometida con alcanzar la sostenibilidad ambiental de todas sus operaciones. Asegurando la gestión de los riesgos e identificando oportunidades de mejora que nos permitan alcanzar la más alta eficiencia posible en el uso de los recursos naturales y minimizar el impacto de las huellas operaciones en el medio ambiente.

¿Cómo?: Mediante la generación y construcción de esfuerzos que permitan:

1. Implementar buenas prácticas de gestión del recurso hídrico en los procesos de la compañía.
2. El diseño de un portafolio bajo en el consumo de agua.
3. Eficiencia energética en las operaciones
4. Disminución en las emisiones de gases efecto invernadero

Resultados 2014: La compañía ha presentado grandes logros respecto al ahorro del consumo energético que superara el 5% frente a la línea base; e igualmente, en la reutilización de agua basada en los ciclos cerrados (cero vertimientos) en las plantas, en la que se llegó a un 62% de recirculación, lo que acerca cada vez más a la empresa a tener una huella gris de cero.

Resulta importante mencionar que durante el año 2014 no se evidencio trabajo en relación a la generación de productos sustentables.

Conclusiones

Tras la revisión a profundidad del material disponible emitido por la organización Corona, se considera que la compañía cuenta con un excelente programa de Responsabilidad Social Empresarial y Sostenibilidad, en el cual se han pensado de forma estratégica y cautelosa todas y cada una de las directrices del mismo, articulándose estas de forma congruente y concisa con cada una de las “promesas sostenibles” estipuladas en el programa; se concluye que a nivel de resultados la organización Corona logra alcanzar las metas que se había trazado para el año 2014, y no se observan falencias significativas.

De igual forma, se rescata como sobresaliente el hecho de que la innovación sea transaccional a los diversos procesos que maneja la entidad; pues la inventiva lleva a la compañía a desarrollar y proponer mejoras y oportunidades de crecimiento constantes.

Aun así, se considera que la organización Corona, tiene oportunidades de mejora en aspectos como la comunicación, en donde es importante que la organización Corona revise sus estrategias de comunicación de la información y marketing estratégico, y que genere procesos en relación a estas que permitan el total conocimiento por parte de los grupos de interés (entre ellos la comunidad y sociedad en general), respecto al programa de RSE y sostenibilidad. La apropiada y correcta difusión a los diversos agentes de interés, podría tener repercusiones favorables en relación al incremento y fidelización de los clientes.

En cuanto a la información sobre productos, es pertinente generar estrategias mediante las cuales los consumidores de los productos puedan identificar las implicaciones de las estrategias de RSE y sostenibilidad en cada uno de los productos y servicios que adquieren, generando con ello fidelidad, y buena reputación dentro del sector, los clientes y la sociedad en general.

En cuanto a la participación activa del grupo de interés, no se observa un ejercicio de involucramiento activo y participativo por parte del grupo de interés, denominado accionistas, en los reportes presentados por la organización; podría resultar interesante que ocasiones futuras se diera mayor protagonismo a este.

En cuanto a la implementación de procesos de supervisión es importante establecer procesos de monitoreo y seguimiento constantes que permitan generar una verificación periódica de los indicadores claves de sostenibilidad; este ejercicio permitiría fortalecer el proceso de consolidación y generación de evidencias de los indicadores que se incluyen en el Reporte.

En cuanto a la implementación de gestión de riesgo, no se presenta de forma clara un análisis de la gestión de riesgo, se invita a que en ocasiones futuras de haga especificidad sobre dicho ítem y se realice una esquema en donde se presente el manejo de la incertidumbre a las amenazas posibles.

En cuanto a la sostenibilidad a mediano y largo plazo, se podría establecer una ruta en relación a las metas a mediano y largo y plazo en relación a los procesos de RSE y sostenibilidad, con la intención de que la empresa se fije nortes que puedan resultar de impacto para toda la sociedad y donde se tienen en cuenta las generaciones venideras.

Así mismo, respecto a la creación de productos responsables con atributos ambientales, es importante que la organización Corona concentre mayores esfuerzos y postule una mayor cantidad de ejercicios en relación a la generación de productos responsables con atributos ambientales.

De esta manera se puede observar cómo todos los factores anteriormente mencionados tienen un impacto significativo en la responsabilidad social empresarial. Uno de estos factores es la innovación, la cual según lo propuesto por Macías (2011), es una forma de responsabilidad social empresarial, pero que esto pocas veces ha sido reconocido en la literatura, por lo que vale la pena empezar a conectar estas dos variables.

La innovación es definida desde este autor como un proceso de aprendizaje que hace énfasis en el rol de lo humano para determinar cómo la empresa puede acumular capacidad innovativa.

Así pues, la innovación no es solo buscar estrategias de venta, sino es un proceso continuo de “re pensar” absolutamente todo, lo que involucra por ejemplo re evaluar las relaciones que se generan al interior de la empresa, la capacidad de producir nuevo conocimiento, así como acciones al exterior de la empresa como la posibilidad de involucrar y expandir beneficios a países que se encuentran en vía de desarrollo.

En ese sentido, se puede decir que la organización Corona, en tanto busca constantemente procesos de innovación, está adquiriendo un compromiso no solo con su propia evolución sino también con su grupo de interés y la sociedad en general.

Por otra parte, mediante innovación organizacional, Macías (2011) señala que algunos grupos empresariales han desarrollado mecanismos para generar impacto social positivo, y lo han hecho creando su propio modelo, con un componente filantrópico. Frente a esto se destaca como positivo el hecho de que Corona haya creado su propio modelo de desarrollo sostenible.

Esto se considera importante en tanto se contribuye a un modelo de Responsabilidad Social Empresarial relacionado con el desarrollo sostenible, lo que permite tomar conciencia de la responsabilidad de las acciones como aporte a la sostenibilidad del país. Así pues, una empresa que cuida y gestiona sus impactos en el mundo, está generando un desarrollo sostenible en su cadena de valor.

A modo personal se puede decir también, que en la medida en que una organización innova, está involucrando aspectos importantes en su quehacer como lo son el pensar sobre su

propia acción, reevaluarse, y auto retroalimentarse, pues se considera que estos procesos tiene lugar dentro de la innovación. Estos procesos a su vez, se considera que son parte de una responsabilidad y ética empresarial.

Al generar ejercicios de reflexión sobre la ética, se admite la posibilidad de pensar sobre lo humano mismo, y en ese sentido sobre las construcciones que los individuos hacen a través praxis en el entorno al cual se adscriben; es por esto que pensar éticamente, es de alguna u otra forma retomar el denominado bucle individuo - sociedad – especie mencionado por Morin (1999), y en esa medida consentir la posibilidad de evaluar y reconocer cómo el impacto de la acción individual construye más allá del sujeto mismo, y genera posibilidades de transformación y cambios en diversas esferas y sistemas.

Por otro lado, se considera que en la medida en que se amplía el marco de la investigación de la responsabilidad y la ética, se aporta a una concepción de estos conceptos como algo que sobrepasa un discurso muerto, y más bien algo que se debe llevar a la práctica. En ese sentido, la responsabilidad social empresarial y la ética se convierten en recursos a través de los cuales es posible construir mejores empresas.

De esta manera resulta imprescindible que los futuros profesionales en administración de empresas y en general de todas las disciplinas, reciban una formación integral que incluya la adopción de posturas éticas y responsables, desde un pensamiento ecológico, pues se considera que esto contribuye a una reflexión crítica y consciente de su actuar en la sociedad,

esto permite además una postura de discernimiento ante las diferentes situaciones y retos que puedan encontrar en su praxis.

Teniendo en cuenta la creciente influencia del sector privado, las responsabilidades de los empresarios aumentan en dimensiones como lo económico, lo social, lo ambiental, etc. Es por esta razón que generar programas de RSE cada vez más sólidos es un deber de toda organización.

Además, de acuerdo con Macías (2011), la RSE genera beneficios, como mejorar la reputación corporativa lo cual es de gran interés para todas las empresas, permite además reducir costos operativos, mejorar la relación con los grupos de interés, identificar oportunidades y amenazas en la cadena de valor, así como identificar nuevos negocios y mercados.

Es importante mencionar que el proceso de construcción de Responsabilidad Social Empresarial, no termina nunca, es un proceso continuo que evoluciona conforme a las necesidades del mundo.

Finalmente, se puede decir que en el contexto organizacional es menester implementar programas de responsabilidad social que garanticen que la labor de las empresas tenga un óptimo equilibrio dentro de los sistemas más amplios. Así mismo, cumplir con una promesa de responsabilidad permite que a nivel social e internacional las empresas generen una confiabilidad y tenga ingreso en otras actividades y negociaciones.

De igual forma, se considera importante continuar con investigaciones acerca de la RSE específicamente en Colombia, con el fin de reconocer los alcances que algunas

organizaciones como la que se presenta en el presente artículo, han tenido y cómo estas impactan de forma positiva al país y pueden servir de modelo a otras; esto de alguna manera contribuye a que las organizaciones medianas y pequeñas empiecen a emprender acciones pertinentes para sus programas de responsabilidad social, y reflexionen en torno a lo que “devuelven” a la sociedad, pues esta es el tejido que les permite desarrollarse y al cual impactan y retroalimentan a través de su praxis.

Referencias Bibliográficas

Corona. (2015). Dónde estamos. Recuperado de: <http://www.corona.co/nuestra-empresa/quienes-somos/donde-estamos>

Corona. (2015). Quiénes somos. Recuperado de: <http://www.corona.co/nuestra-empresa/quienes-somos/perfil-corporativo>

Corona (2015). Informe de sostenibilidad: seis promesas sostenibles, generando impactos positivos. Recuperado de: <https://s3.amazonaws.com/static.corona.co/sostenibilidad/InformeSostenibilidad2014.pdf>

Corona. (2015). Nuestra historia. Recuperado de: <http://www.corona.co/nuestra-empresa/quienes-somos/nuestra-historia>

Corona. (2015). Corona sostenible. Recuperado de: <http://www.corona.co/nuestra-empresa/corona-sostenible>

Cortina, A. (1998). Hasta un pueblo de demonios. Ética pública y sociedad. Buenos Aires. Taurus.

Constitución Política de Colombia (1997). Artículo 333 inciso 3. Bogotá. Legis.

Duque, Y., Cardona, M. y Rendón, J. (2013). Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones. *Cuadernos de administración Vol. 29*. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/v29n50/v29n50a09.pdf>

Macías, H. (2011). Innovación y responsabilidad social: una reflexión sobre los puntos de encuentro. Recuperado de: <file:///C:/Users/user/Downloads/Dialnet-InnovacionYResponsabilidadSocial-5096813.pdf>

Morín, E. (2006). *El método 6, ética*. París: Francia

Morin, E. (1999). *Los 7 Saberes Necesarios para la Educación del Futuro*. (M. Vallejo, Trad.) París, Francia: UNESCO. Obtenido de <http://unesdoc.unesco.org/images/0011/001177/117740so.pdf>

Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial. (2007)¿Qué es la RSE?. Recuperado de: [http://www.unido.org/es/que-hacemos/creacion-de-capacidad-comercial/responsabilidad-social-empresarial-para-la-integracion-de-los-mercados/que-es-la-rse.html#pp1\[g1\]/0/](http://www.unido.org/es/que-hacemos/creacion-de-capacidad-comercial/responsabilidad-social-empresarial-para-la-integracion-de-los-mercados/que-es-la-rse.html#pp1[g1]/0/)

Red Pacto Global Colombia (2015). ¿Qué es el Pacto Global? Recuperado de: <http://pactoglobal-colombia.org/index.php/sobre-pacto-global/que-es-pacto-global/> - <https://www.youtube.com/watch?v=xMD3uNbJWnY>

Wiener, N. (1972). *Cibernética, Comunicación y Cultura*. Buenos Aires: Nueva Visión.