

XV
CONGRESO
INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA
ADMINISTRACIÓN
E
INFORMÁTICA





CONGRESO INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA, ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN COPARMEX DE AGUASCALIENTES

Área de Investigación: Ética y Organizaciones

AUTORES

Alberto Pontón Castro

Maestro en Administración.

Universidad Autónoma de Aguascalientes, Departamento de Recursos Humanos.

Aguascalientes, México.

aponton@correo.uaa.mx

(449) 910.90.73

Av. Universidad #940, Cd. Universitaria. C.P. 20131

Silvia Mata Zamores

Maestra en Administración.

Universidad Autónoma de Aguascalientes, Departamento de Administración.

Aguascalientes, México.

smata@correo.uaa.mx, (449) 910.84.62

Av. Universidad #940, Cd. Universitaria. C.P. 20131



CONGRESO INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA, ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

Alfredo Villalobos García

Maestro en Mercadotecnia.

Universidad Autónoma de Aguascalientes, Departamento de Recursos Humanos.

Aguascalientes, México.

avillalo@correo.uaa.mx

(449) 910.90.73

Av. Universidad #940, Cd. Universitaria. C.P. 20131

RESUMEN

“RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN COPARMEX DE AGUASCALIENTES”

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo que la COPARMEX obtenga un diagnóstico preliminar seguido de uno inicial de naturaleza científica, para cubrir la necesidad de implementar, actualizar o mejorar programas institucionales sobre la Responsabilidad Social Empresarial en el ámbito de su competencia.

La responsabilidad social empresarial es probablemente uno de los más complejos retos que la gestión empresarial ha de enfrentar, el éxito en este caso radica en la habilidad para prosperar, de una manera responsable, y en trabajar con otros actores sociales y económicos para lograr modificaciones en el sistema económico.

Teniendo en cuenta que las organizaciones no son solamente centros económicos, productores de bienes y servicios, sino también agentes socializadores, en los cuales se crean valores, patrones morales y éticos, se construyen y desarrollan procesos sociales y culturales; resulta

XV

CONGRESO INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA, ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

imprescindible, en la implementación de estrategias, experiencias e iniciativas de responsabilidad social empresarial.

La metodología es cuantitativa de tipo encuesta y descriptivo; ya que el fenómeno será analizado desde el exterior. Es un tema ya estudiado investigado y solo se pretende conocer una situación específica: **Conceptualización, prácticas y estrategias de comunicación sobre la Responsabilidad Social.**

Se ha podido concluir que la empresa es una célula económica - social que está formada por personas y para personas más allá de crear empleos y generar riqueza; multiplica actitudes, hábitos y realidades, su desempeño depende de la salud, la estabilidad y la prosperidad del entorno en el que opera, si se corresponsabiliza del desarrollo social y humano de quienes le integran y le rodean, impulsa la permanencia de su negocio en el largo plazo.

Palabras Clave Responsabilidad Social, ética y estrategias

XV

CONGRESO INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA, ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

PONENCIA

INTRODUCCIÓN

La responsabilidad social empresarial es probablemente uno de los más complejos retos que la gestión empresarial ha de enfrentar, el éxito en este caso radica en la habilidad para prosperar, de una manera responsable, y en trabajar con otros actores sociales y económicos para lograr modificaciones en el sistema económico.

Teniendo en cuenta que las organizaciones no son solamente centros económicos, productores de bienes y servicios, sino también agentes socializadores, en los cuales se crean valores, patrones morales y éticos, se construyen y desarrollan procesos sociales y culturales; resulta imprescindible, en la implementación de estrategias, experiencias e iniciativas de responsabilidad social empresarial, el desarrollo y la promoción de una cultura y valores organizacionales coherentes con el modelo de la sostenibilidad, tales como apertura, participación, trabajo en equipos, colaboración, responsabilidad y procesos democráticos, solidaridad, compromiso, justicia, contribución, consenso, persistencia, equidad, sensibilidad, y honestidad.

Desde su surgimiento, la especie humana ha transformado el medio ambiente para lograr la satisfacción de sus necesidades. Aunque los primeros Homo Sapiens vivieron en relativa armonía con el entorno, debido al paulatino desarrollo socio económico de la civilizaciones humanas, a la actividad agrícola, ganadera, al control y uso del fuego en un inicio; a la Revolución Industrial, al descubrimiento, uso y explotación de los combustibles fósiles y la explotación intensiva de los recursos minerales de la Tierra, así como a la revolución científico – tecnológica posteriormente; se ha incrementado considerablemente la capacidad de impacto de

XV

CONGRESO INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA, ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

los seres humanos sobre el medio ambiente, disminuyendo ostensiblemente y de manera acelerada la calidad de éste, y su capacidad para sustentar la vida, lo cual ha provocado la actual crisis ambiental.

Esta crisis ambiental se manifiesta en la existencia y agravamiento de diversos problemas ambientales que afectan el planeta a nivel global; entre los que se encuentran, el calentamiento global de la atmósfera, el agotamiento de la capa de ozono, la contaminación del agua, el aire y los suelos, el agotamiento de la cubierta forestal, la degradación del suelo, y la pérdida de especies, en el ámbito natural; así como la acentuación de las inequidades y contradicciones entre diversos grupos humanos, el menosprecio de múltiples identidades culturales, religiosas y étnicas de minorías, el incremento del desempleo, de la exclusión y marginalidad social, la discriminación por concepto de género o raza, la pobreza, el analfabetismo, así como las dificultades en la alimentación, la educación y la salud pública, en el ámbito social.

A partir de la década del '60, se aprecia un proceso de concienciación acerca de esta problemática, que paulatinamente ha incorporado a científicos, académicos, políticos, organizaciones, empresas, gobiernos, la sociedad civil, comunidades, etnias, culturas y diversos grupos sociales; que de una manera u otra declaran la urgente necesidad de movilizar la actuación humana en función de lograr la solución estos problemas ambientales. Como resultado de este debate ambiental, y del cuestionamiento de modelos de desarrollo imperantes que se orientan predominantemente hacia el crecimiento económico, industrial y tecnológico, y que implican altos costos sociales, económicos, culturales y ambientales vinculados al consumo y manejo irracional e indiscriminado de los recursos del medio; surge como alternativa la teoría del desarrollo sostenible o sustentable y la RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.

Por todos estos antecedentes, es evidente que la sociedad actual demanda que las organizaciones y compañías, reconozcan su capacidad de ocasionar serios impactos negativos



CONGRESO INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA, ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

sobre el medio, en sus dimensiones social, natural y económica; por lo cual deben ser totalmente responsables en la gestión de la actividad empresarial. **"Los entornos naturales sanos que tienen capacidad de renovarse, y los recursos humanos mejor educados, sanos, y motivados, son la base que asegura la continuidad de la producción y el éxito de la empresa moderna"**. (Correa, 2004).

La responsabilidad en este sentido, no reclama sólo la ética individual de las personas que componen las empresas, sino que ven en la organización en sí misma un ente con responsabilidad propia económica, social y medioambiental a la que debe exigírsele comportamientos acordes con dicha responsabilidad.

"Desde una perspectiva puramente macroeconómica, la gestión con criterios de responsabilidad social empresarial contribuye sin duda al desarrollo sostenible y equilibrado del planeta. Si lo que perseguimos es generar riqueza de forma sostenible sin agotar los recursos naturales y minimizando la huella medioambiental de nuestra generación, pensando en las generaciones venideras, está claro que todos tenemos que mejorar los procesos para que así sea". (González, 2004).

La idea de "la responsabilidad social empresarial", desde finales de los años noventa, comenzó a ser asumida por numerosos actores del contexto político y económico mundial, incluidos instituciones financieras, empresas, organizaciones, agencias de desarrollo, escuelas de negocio, inversores y algunos gobiernos. Aunque este concepto es relativamente novedoso, según (Melling y Jensen, 2002), citados por (Bull, 2004); sus raíces se identifican en diversas concepciones acerca de la gestión empresarial que existen en los archivos de los Estados Unidos entre los años 1950 y 1960, donde la responsabilidad social era considerada una obligación moral y responsabilidad personal del empresario.

XV

CONGRESO INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA, ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

A partir de ese momento, han ido apareciendo en el contexto internacional diversas experiencias e iniciativas que promueven el establecimiento e implementación de nuevos códigos y normas, orientados al logro de un comportamiento empresarial ético y respetuoso con la sociedad y el medioambiente, que contribuya por tanto, al desarrollo sostenible. "La mayoría de estas recomendaciones, pretenden animar al desarrollo de políticas y estrategias empresariales que incorporen estos criterios argumentando su necesidad desde diferentes puntos de vista: morales, económicos y sociales". Bull (2004).

La responsabilidad social empresarial es un concepto que implica la necesidad y obligación de las empresas e instituciones que desarrollan algún tipo de actividad económica, de mantener una conducta respetuosa de la legalidad, la ética, la moral y el medio ambiente. Es el compromiso de la empresa en la contribución al desarrollo sostenible; lo cual implica la adopción de una nueva ética en su actuación en relación a la naturaleza y la sociedad, un motivo de solidaridad, el sentido de responsabilidad por salvar las condiciones que sustentan la vida en el planeta, el tributo la calidad de vida de los grupos de interés, sus familias y la comunidad.

HIPOTESIS

- La RSE en las empresas surge de una motivación fuerte de querer cambiar una situación que se percibe como indeseable o al menos, mejorarla.
- La RSE surge en las empresas de la participación de personas claves en la organización, equipo directivo y mandos intermedios. Personas con capacidad de liderazgo aunque no estén en posiciones de autoridad.

XV

CONGRESO INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA, ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

- La responsabilidad social produce reducción de costos operativos, mejor la imagen de la empresa en el mercado y logra mayor identidad y sentido de pertenencia de sus colaboradores, lo que se convierte en el mejor negocio, no con visión cortoplacista, sino también con miras al futuro.
- La aplicación de programas de RSE, mejora el desempeño financiero, aumenta la lealtad de los consumidores e incrementa las ventas, aumenta la productividad y calidad, mejora la capacidad para retener y contratar a los mejores empleados y favorece el acceso a capitales de las empresas. (Correa, 2004).
- La responsabilidad social empresarial favorece la confianza, el sentido de pertenencia de los empleados, lo cual permite que aumente la disposición hacia el trabajo, que disminuya la rotación de personal y por consiguiente los costos de reclutamiento; se beneficia la calidad y con ella la satisfacción de clientes.
- Algunos empresarios no ejercen la RSE por convicción sino por imagen o porque se ven forzados por instituciones públicas o por la sociedad.

OBJETIVO GENERAL

El objetivo de la investigación es que la COPARMEX obtenga un diagnóstico preliminar seguido de uno inicial de naturaleza científica, para cubrir la necesidad de implementar, actualizar o mejorar programas institucionales sobre la RSE en el ámbito de su competencia.

XV

CONGRESO INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA, ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

OBJETIVOS PARTICULARES

En el caso de las empresas del sector formal del Centro Empresarial de Aguascalientes se busca, determinar:

1.- El conocimiento de la terminología asociada a la RSE, así como el concepto que se tiene de la misma, determinando, específicamente:

- Si prevalece una concepción altruista o utilitarista sobre la RSE
- Si los empresarios identifican como significativos los tres principios básicos de los programas de RSE: Reducir daños, maximizar beneficios y rendición de cuentas a grupos de interés clave.
- Si los empresarios identifican como beneficios claros de la RSE para las empresas, el mejoramiento del desempeño financiero, la reducción de costos operativos y la mejora de la imagen de marca y reputación.

2.- Cómo se practica, en el caso de hacerse, la RSE en sector empresarial, específicamente:

- Si declaran tener un programa específico de RSE y si éste se encuentra alineado a la estrategia del negocio e integrado a las áreas operativas de la empresa.
- Si alguna empresa dispone de alguna certificación o distintivo de RSE o ha realizado trámites para alcanzarlo.
- Cuáles de las acciones consideradas como líneas estratégicas de la RSE, se



CONGRESO INTERNACIONAL DE CONTADURÍA, ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

llevan a cabo, y de qué manera, en el sector empresarial, a saber: ética empresarial y transparencia, calidad de vida, cuidado y preservación del medio ambiente, y vinculación y compromiso con la comunidad y su desarrollo.

3.- Conocer, en caso de existir, las estrategias de comunicación interna y externa que las empresas tienen, específicamente en lo relacionado con la concepción y las prácticas de RSE.



MARCO TEÓRICO

En las últimas fechas, el concepto de *Responsabilidad Social Empresarial* ha empezado a presentarse con mayor frecuencia en el contexto institucional, su naciente preocupación no se trata de ninguna moda, estrategia publicitaria o de marketing, la RSC representa una nueva forma percibir a la organización, dándole su peso a cada uno de los elementos que la conforman, donde cada una de las relaciones que se tienen están fundamentadas en la confianza, transparencia, desarrollo y compromiso.

La *Responsabilidad Social Empresarial* o también llamada *Responsabilidad Social Corporativa*, se entiende como el comportamiento que debe adoptar una empresa ante sus grupos de interés y la sociedad en su conjunto, lo que la obliga a cumplir determinados compromisos. (Marín,

XV

CONGRESO INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA, ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

2008, p. 9), es decir, implica una preocupación tanto al nivel interno con los trabajadores, como el nivel externo con los clientes pero también con la comunidad.

La Responsabilidad Social implica, en primer lugar, libertad de elección y en segundo lugar, compromiso voluntario con los “stakeholders” o grupos de interés. (Navarro, 2008, p.33) La responsabilidad social no es una obligación que se pretenda contraer para la adquisición de un certificado, debe originarse porque la organización así lo ha decidido, de libre elección, y para ello aceptará los trabajos que sean necesarios.

En el contexto del trabajo se asume que la *RSC* es el resultado de lo aprendido, es decir, el conocimiento generado por los agentes internos y externos con los que opera una empresa determinada. La *RSC* representará el cúmulo de conocimientos que una organización, ha creado como consecuencia de las relaciones que sus agentes internos (por ejemplo, socios, dirección y trabajadores). (Cegarra & Rodríguez, 2004, p. 55)

Las prácticas de la *Responsabilidad Social Corporativa* consisten en ayudar de forma voluntaria a que se cumplan las expectativas de la sociedad, para que ésta comprenda que los objetivos de la organización van más allá de los meramente lucrativos. Lo que genera la imagen de la organización y reconocimiento entre sus públicos, por el esfuerzo realizado. (Marín, 2008, p. 14), por lo cual en gran cantidad de empresas ha nacido la preocupación en el mejoramiento de la calidad de vida de la población, evitando la contaminación ambiental, preocupándose por la vida laboral de sus colaboradores, pero también incluyendo a su familia.

Un aspecto determinante es el hecho que la *RSC*, no es una nueva obligación que la empresa tiene que afrontar, sino una oportunidad de prácticas sociales y ambientales responsables que le permitirá adquirir ventajas competitivas y un mejor desarrollo en el mercado.

XV

CONGRESO INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA, ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

La *Responsabilidad Social Corporativa* es un modelo de pensamiento relativamente joven, ya que empieza a desarrollarse en la segunda mitad de siglo XX, cuando aparecen los primeros planteamientos sobre las implicaciones sociales de las actividades de la empresa y cuales debían de ser las relaciones entre ésta y la sociedad. (Marín, 2008, p. 13), hablar de este término hace referencia no solamente al compromiso que se tiene día con día, sino al que se adquiere con las futuras generaciones tanto con su población y el medio ambiente en que se desarrollarán.

Cuando se habla de Responsabilidad Social, se habla de procesos, de sistemas de gestión, de un componente genético de la empresa. Por ello, el proyecto, se basa en dos grandes objetivos: la identificación de todos esos procesos en los que la reputación y la responsabilidad están en juego, y la implantación de planes de acción corporativos aplicados a todos aquellos para convertirlos, precisamente, en oportunidades de generar confianza. (Pinillos, 2005, p. 128), estos actos contribuirán a aumentar su valor en la sociedad, a que cada uno de los ciudadanos reconozcan a la institución porque su preocupación más allá del aspecto económico, de una participación activa en los problemas que se enfrentan actualmente y cooperando en el desarrollo sostenible.

No se trata de buscar valor sólo para los accionistas sino, también, para otros grupos sociales interesados o afectados por sus actividades (stakeholders). De ahí que este movimiento defendiese que:

- Las actividades de la empresa no tienen como único fin alcanzar objetivos económicos.
- Las relaciones de la empresa deben ampliarse en todos los grupos afectados por sus actividades.
- Las organizaciones deben implicarse en la solución de problemas sociales. (Marín, 2008, p. 17)

XV

CONGRESO INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA, ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

Es esta filosofía la que ha dado fuerza al concepto actual de *Responsabilidad Social Corporativa*. Según la cual las empresas han dejado de ser simples herramientas productivas y generadoras de beneficios, sólo para la corporación, ahora parte de éstos revierten en la sociedad mediante la realización o promoción de actividades de interés social y otras. (Marín, 2008, p. 18) Llevando a cabo sus labores con eficiencia y eficacia, que se logra por medio de una buena identificación de sus grupos de interés, para la determinación específica de sus necesidades y la implantación de estrategias que permitan contribuir hacia la mejora de condiciones laborales, industriales y capacitación, entre otros.

La *Responsabilidad Social Corporativa* es la forma de gestión definida por la relación ética y transparente de la empresa con todos los públicos con los cuales se relaciona, y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sostenible de la sociedad, preservando recursos ambientales y culturales para futuras generaciones, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales. (Marín, 2008, p. 18)

Es así como varias empresas internacionales han decidido afrontar el reto, y han comenzado a emprender un camino para la retribución con sus empleados, con el medio ambiente y la sociedad en la cual se desempeñan.

Para el adecuado funcionamiento de la empresa se debe conocer los aspectos que lo conforman, de acuerdo con el libro Verde de la Unión Europea, se establece que los elementos estructurales de la *Responsabilidad Social Empresarial o Corporativa* son: 1) practicarse de forma voluntaria, 2) comprender, como mínimo, preocupaciones sociales y medioambientales, y 3) estas preocupaciones deben integrarse en las operaciones comerciales y en las relaciones de la empresa con su grupo de interés. (Marín, 2008, p. 26)

XV

CONGRESO INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA, ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

Se debe realizar la integración de todos sus componentes del proceso que lo conforma para poder llevar a cabo las actividades pertinentes, que le permitan un mejor desempeño empresarial, una inclusión con cada una de las partes que la hacen que día, con día funcione.

Otro aspecto de la *RSC* que juega un papel importante dentro del desarrollo de la misma, es la ética, que se encuentra vinculada porque es la base para la toma de decisiones, lo que marca la pauta para la realización de actividades basadas en los principios éticos de la organización.

La ética empresarial, como valor asociado a la imagen corporativa, recibe un fuerte impulso en la segunda mitad del siglo pasado en el paralelo al debate que se desarrolló en los EEUU sobre la responsabilidad social de la empresa. (Marín, 2008, p. 73)

La *Responsabilidad Social Corporativa*, en la protección medioambiental, debe ir más allá del simple cumplimiento de las normas legales. De ahí que las empresas tengan que concretar estrategias específicas respetuosas con el medio ambiente, si desean satisfacerlas expectativas de sus grupos de interés. (Marín, 2008, p. 140)

El diseño de las estrategias dependerá de que la empresa, por sus actividades o productos, tenga una elevada probabilidad de generar impactos importantes en el medio ambiente, o bien que esos impactos sean reducidos o nulos. (Marín, 2008, p. 140)

Las empresas, que por sus actividades presentan riesgos potenciales de producir impactos graves al medio ambiente, deben definir estrategias para su protección que contemplen una doble vertiente: a) establecer procedimientos de prevención y control de riesgos, introduciendo en la organización una cultura de respeto medioambiental; y b) desarrollar acciones para la mejora del deterioro de su entorno natural e incluso ir más allá, la proporcionar, por si mismas o



CONGRESO INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA, ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

en colaboración con otras entidades e instituciones, campañas para su protección o mejora en los lugares del planeta. (Marín, 2008, p. 140)

Algunos efectos de la Responsabilidad Social Corporativa en los grupos de interés, están los siguientes:

- Lucha contra la corrupción (estabilidad interna, transparencia, fortalecimiento institucional)
- Inversiones en infraestructuras transporte (creación de empleo directo/ indirecto)
- Inversiones en infraestructura institucional (Apoyo de buen gobierno, captación y participación de socios locales, sustentabilidad, capacitación)
- Sistemas de producción no contaminantes
- Reciclaje de residuos
- Salud y seguridad laboral
- Filantropía
- Gestión de recursos humanos
- Competencia leal y juego limpio.

Permite que se den diferentes actividades, como lo es la lucha contra la corrupción debido a que la relaciones se basan en la transparencia, una competencia leal, entre otro de los puntos importantes es la generación de empleos y el mejoramiento de la reputación e imagen de la empresa. (Navarro, 2008, p.194, 195)

Las empresas más admiradas del mundo en el año 2002 incluyen en sus páginas web informes anuales sobre RSC entre las que se encuentran Coca Cola, Toyota, Walmart, General Electric, Dell, Microsoft, entre otras. (Nieto & Fernández, 2004 p. 31) Lo que habla de una influencia

XV

CONGRESO INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA, ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

directa en la preocupación por los elementos estructurales de la empresa por medio de las relaciones más estrechas y confiables.

El empleo de criterios de RSC permite a las empresas proyectar una imagen positiva ante los grupos de interés, y no solamente ante los propietarios, lo que contribuye a mejorar su reputación. Mientras persista la demanda de comportamientos socialmente responsables y que ha sido provocada por un cambio en el sistema de valores en la sociedad actual, las empresas y sus directivos continuarán empleando criterios de la misma. (Nieto & Fernández, 2004 p. 32)

Las empresas que adoptan criterios de la RSC reducen los riesgos derivados de ciertos comportamientos socialmente irresponsables, como es la posibilidad de recibir multas u otras sanciones económicas. (Nieto & Fernández, 2004 p. 37) La imagen de la empresa se reconoce por su contribución hacia actividades sociales, su preocupación por el medio ambiente y su conservación, la ética empresarial que sirve de guía para este recorrido, sus trabajadores, su familia y la misma sociedad, la inclusión de todos estos elementos contribuirán a la obtención del éxito empresarial.

En COPARMEX se pugna por generar más y mejores empresas para México, que a su vez contribuirán a generar una mejor calidad de vida, mejores empleos, una mejor educación, un México más competitivo.

Conscientes de que como empresarios necesitan participar en la creación del México justo y próspero.

En COPARMEX se busca tener el apoyo de todos y cada uno de nuestros empresarios afiliados; pero también necesitan de la participación activa y consciente de toda la iniciativa privada, de los jóvenes, de los trabajadores, de las amas de casa, de las instituciones educativas, del gobierno, de la sociedad en general.

XV

CONGRESO INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA, ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

La COPARMEX es el resultado de la capacidad visionaria y del compromiso de grandes hombres y mujeres que han tenido el valor de defender nuestra empresa nacional en momentos de crisis y han sabido desarrollar una institución que agrupa a los empresarios de todo el país sin distinción de tamaño o giro.

La solidez de sus principios humanistas, la claridad y precisión de sus propuestas y la contundencia de sus logros, han convertido a la COPARMEX en una organización empresarial representativa y de reconocida autoridad moral en México.

HISTORIA DE COPARMEX

La Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEX) es un sindicato patronal de afiliación voluntaria, que aglutina empresarios de todos los sectores, que buscan mediante ella su representación en el ámbito laboral y social. De la libre afiliación de poco más de 36 mil socios, se desprende de su independencia, su fuerza y su autoridad moral.

La historia de la COPARMEX podemos resumirla en seis etapas:

1. Etapa de integración: Caracterizada por la energética defensa jurídica de su razón de ser.
2. Etapa de conformación doctrinal: Se fundamenta su acción en base a una filosofía humanista
3. Etapa de perfeccionamiento técnico: Se promueven sistemas para la formación, capacitación y del nivel técnico de los empresarios y de sus auxiliares

XV

CONGRESO INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA, ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

4. Etapa de consolidación: Se multiplican los servicios.
5. Etapa de la crisis: En momentos de hostilidad contra la empresa, se toma la vanguardia de una participación propositiva que posteriormente se generaliza en la sociedad.
6. Etapa contemporánea: Se revisa de manera integral la propuesta de COPARMEX y se define el plan estratégico y la misión que encabezaría la labor de la Confederación.

El trabajo integral de la COPARMEX ha influido en la adopción, por parte del gobierno, de políticas más acordes al pensamiento empresarial y ha posibilitado la creación de otras organizaciones, como son por ejemplo: el Consejo Nacional Agropecuario: CNA; el Instituto de Propositiones Estratégicas: IPE; la Comisión de Educación del Sector Empresarial: CESE; Consejo Empresarial de Inversión y Desarrollo del Sureste: CEIDES; la Fundación para el Desarrollo Sostenible en México: FUNDES y Sistema de Desarrollo Empresarial Mexicano: DESEM.

PLANES ESTRATÉGICOS DE COPARMEX

Objetivo estratégico 1: Desarrollo de Coparmex basado en la participación y el compromiso de sus socios

Representar eficazmente al empresariado en el diálogo social y en los foros empresariales internacionales, contar con recursos suficientes para el cumplimiento de su

XV

CONGRESO INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA, ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

misión y promover el desarrollo y el crecimiento de la membrecía y de los Centros Empresariales.

Objetivo estratégico 2: Educación de calidad para todos

Promover la educación como el factor determinante del desarrollo de las personas, de la cohesión social y de la competitividad del país.

Objetivo estratégico 3: Cultura de libre competencia en todos los ámbitos

Inculcar en la sociedad tanto un creciente espíritu emprendedor y de competencia dentro de la ley orientado a la satisfacción del consumidor como la conciencia de la necesidad de remover cualquier obstáculo que limite el acceso a los mercados nacionales e internacionales.

Objetivo estratégico 4: Competitividad para la participación exitosa de México en un mundo globalizado

Promover el desarrollo del capital humano, de las instituciones, de la infraestructura, de la tecnología, de las políticas públicas y del marco jurídico como los pilares determinantes del nivel de productividad y el potencial de crecimiento.

XV

CONGRESO INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA, ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

Objetivo estratégico 5: Transparencia y rendición de cuentas

Exigir la rendición de cuentas puntual y periódica de las personas responsables del manejo de recursos públicos de las instituciones, organismos y empresas del Estado, los partidos políticos, los sindicatos y las universidades públicas. Impulsar la transparencia como mecanismo de control directo de la sociedad a través del acceso libre a la información actualizada y uniforme de las instituciones, organismos y empresas del Estado, los partidos políticos, los sindicatos y las universidades públicas.

Objetivo estratégico 6: Estado de derecho y gobernabilidad democrática

Exigir la subordinación de sociedad y gobierno a leyes justas, claras, sencillas, viables, estables y de aplicación general que sean fruto de un proceso de legislación democrático que las legitime.

Demandar la limitación de las facultades discrecionales y exigir la protección de los derechos humanos. Contribuir al fortalecimiento y respeto de las instituciones y a la construcción de acuerdos que incrementen la competitividad y promuevan la prosperidad.

SU MISIÓN

Contribuir al establecimiento de condiciones para la prosperidad de todos los mexicanos que propicie una creciente cohesión social y para que las empresas se desarrollen, multipliquen y cumplan con su función creadora de empleo y de riqueza con responsabilidad social.

XV

CONGRESO INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA, ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

SU VISION

COPARMEX es una institución independiente de referencia obligada para el empresariado y la sociedad en general por su contribución significativa tanto al desarrollo integral basado en la competitividad y en la libre competencia en todos los ámbitos del país, como al establecimiento de las condiciones para la prosperidad de todos los mexicanos y una creciente cohesión social.

SUS PRINCIPIOS Y VALORES

- BIEN COMUN
- ECONOMIA DE MERCADO/LIBRE EMPRESA
- SOLIDARIDAD
- RESPONSABILIDAD SOCIAL
- JUSTICIA
- SUBSIDIARIEDAD
-

DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

La metodología es cuantitativa de tipo encuesta y descriptivo; ya que el fenómeno será analizado desde el exterior. Es un tema ya estudiado investigado y solo se pretende conocer una situación específica: Conceptualización, prácticas y estrategias de comunicación sobre la Responsabilidad Social.

XV

CONGRESO INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA, ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

Evaluación en encuesta, conocer si existen procesos de acuerdo a la Norma que utiliza CEMEFI y los criterios que especifica la SEG21 y la ISO26000. Haciendo énfasis en la sustentabilidad financiera, calidad de vida, sustentabilidad ecológica y con la correcta aplicación y cumplimiento de valores éticos. La encuesta que se aplicara tendrá viabilidad para empresas afiliadas a la COPARMEX AGS.

Dadas las características de la investigación ésta es de tipo descriptiva transversal porque los sujetos de estudio que conforman la población son analizados en un periodo de tiempo específica y en una sola ocasión. La información de carácter cuantitativa es obtenida a partir de la aplicación de un cuestionario formal y estructurado.

La propuesta metodológica para el proyecto consistió en realizar 100 encuestas a los empresarios de COPARMEX y empresas afiliadas con características de censo, diseñada y levantada por profesores y alumnos que participan en el presente proyecto, esto para cubrir las variables que se propone estudiar. La encuesta se levantó en el mes de junio y julio.

Cada elemento del equipo participó tanto en el diseño del instrumento y en el levantamiento de una parte proporcional de las encuestas, en el análisis de los datos y en la integración de un primer producto parcial individual. Posteriormente de manera colegiada, se realizó un análisis final y la integración de un solo reporte.

Posteriormente se realizó un análisis general y se integraron los hallazgos en un solo documento, construyendo un apartado de conclusiones generales, a partir de las aportaciones de todos los participantes.

XV

CONGRESO INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA, ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

DETERMINACION DE LA MUESTRA

La población sujeto de estudio en esta investigación fueron patrones afiliados a la COPERMEX AGS. (CONFEDERACION PATRONAL DELA REPUBLICA MEXICANA).

La selección de una sola población objeto de estudio, aunada al tratamiento de un tema común, posibilita la integración de un instrumento único para la recogida de datos, que incluya las variables de los tres proyectos y la conformación de una sola base de datos, independientemente de que cada participante analizará por separado los que le correspondan.

ANÁLISIS, INTERPRETACIÓN Y REPRESENTACIÓN DE RESULTADOS

Los resultados se obtuvieron por medio de una encuesta que se le realizó a 100 empresas afiliadas a la COPARMEX con el objetivo de obtener los datos, opiniones e información sobre puntos de vista necesarios para el logro de las metas planteadas en el presente proyecto.

CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN

Se ha podido concluir que la empresa es una célula económica - social que está formada por personas y para personas más allá de crear empleos y generar riqueza; multiplica actitudes, hábitos y realidades, su desempeño depende de la salud, la estabilidad y la prosperidad del entorno en el que opera, si se corresponsabiliza del desarrollo social y humano de quienes le integran y le rodean, impulsa la permanencia de su negocio en el largo plazo.



XV
CONGRESO INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA, ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

Sus fines económicos no deben, por tanto, contravenir su función social, ni ésta a su vez, contraponerse a aquellos; la única manera de hacerlos coincidir es actuando con responsabilidad social.

BIBLIOGRAFÍA

MICHAEL HOPKINS.- Responsabilidad Social y Desarrollo internacional, Editorial: Earthscan. Año: 2007

LEONARDO BOFF.- **El cuidado esencial: Ética de lo humano, compasión por la tierra.** Editorial: [Trotta](#). Año: 2006

TOMÁS G. PERDIGUERO I ANDRÉS GARCÍA RECHE, EDS . La Responsabilidad Social de las empresas y los nuevos desafíos de la gestión empresarial. Editorial . RUV. AÑO. 2005

ANDREU, A. (2005) *La responsabilidad social corporativa: un concepto por definir.*

CIRIEC- España Revista de Economía Publica, Social y Cooperativa, 53, 125-135.

AZUA, S. (2007) *La responsabilidad social, corporativa como refuerzo de la estrategia y la competitividad empresarial.* Revista-Escuela de Administración de Negocios. 61, 73-75.

CANCINO, C. & MORALES, M. (2008) *Responsabilidad Social Empresarial.* Documentos Docentes, Universidad de Chile. 1-58.

CARDOZO, M. (2003) *Gobiernos y Organizaciones No Gubernamentales Ante la Responsabilidad Social empresarial.* Responsabilidad Social Corporativa. Breviario Temático LISDINYS. 1-9.

CARRETERO, F. (2007) *La responsabilidad social de las empresas: una propuesta de modelo.* Revista Mexicana de Sociología. 69 [3] 485-516.

CEGARRA, J. & RODRÍGUEZ, J. (2004) *Prácticas de gestión social y componentes de la responsabilidad social corporativa.* Cuadernos de Administración. Pontificia Universidad Javeriana.17 [028] 53-70.

XV

CONGRESO INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA, ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

DELGADO, C. *Responsabilidad Social Empresarial. Legitimando al Ciudadano Corporativo*. Comunicación 11-17.

IBAÑEZ, J. (COORD.) (2004) *Responsabilidad social de la empresa y finanzas sociales*. Universidad de Andalucía 279 pp., Madrid.

MARÍN, F. (2008) *Responsabilidad social corporativa y comunicación*. Fragua editorial. 240 págs. España.

NAVARRO, F. (2008) *Responsabilidad social corporativa. Teoría y Práctica*. ESIC Editorial, 329 págs. España.

NIETO, M. & FERNÁNDEZ, R. (2004) *Responsabilidad social corporativa: la última innovación Management*. Universia Business Review. 001, 28-39.

PINILOS, A. (2005) *La responsabilidad social corporativa: un concepto por definir*. CIRIEC España. Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa. 053, 125-135.

SERVER, R. & VILLALONGA, I. (2005) *La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y su gestión integrada*. CIREC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa. 53. 137-161.

<http://coparmexags.org/sitio/>

www.coparmexags.org/sitio/index.php?...

Revista entorno COPARMEX Octubre 2009

<http://www.coparmex.org.mx/nuevositio/php/bibVirtual.php>