

**TRABAJO FINAL**

**MISIÓN ACADÉMICA INTERNACIONAL MÉXICO 2019**

**RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL - COMUNIDAD**

**YILDA MILENA MATEUS M**

**SANDRA ROCIO SOLIS H**

**YADY FERNANDA SOLIS H**

**CRISTIAN JULIAN POVEDA G**

**TRABAJO DE SÍNTESIS**

**VISITA INTERNACIONAL**

**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE COLOMBIA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
ESPECIALIZACION EN FORMULACION Y EVALUACIÓN SOCIAL Y ECONÓMICA  
DE PROYECTOS  
Bogotá D.C., Noviembre de 2019**



## Atribución-NoComercial 2.5 Colombia (CC BY-NC 2.5)

La presente obra está bajo una licencia:  
**Atribución-NoComercial 2.5 Colombia (CC BY-NC 2.5)**

Para leer el texto completo de la licencia, visita:  
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/2.5/co/>

### Usted es libre de:

- Compartir - copiar, distribuir, ejecutar y comunicar públicamente la obra
- hacer obras derivadas



### Bajo las condiciones siguientes:



**Atribución** — Debe reconocer los créditos de la obra de la manera especificada por el autor o el licenciante (pero no de una manera que sugiera que tiene su apoyo o que apoyan el uso que hace de su obra).



**No Comercial** — No puede utilizar esta obra para fines comerciales.

## TABLA DE CONTENIDO

1	Revisión de la Literatura .....	8
1.1	Análisis del entorno – México – Colombia .....	8
1.1.1	Aspectos sociodemográficos.....	8
1.1.2	Aspectos educativos .....	8
1.1.3	Aspectos culturales.....	9
1.1.4	Aspectos económicos .....	9
1.1.5	Aspectos empresariales .....	11
1.2	Responsabilidad Social Empresarial .....	13
1.3	Marco Legal .....	14
1.3.1	Colombia .....	14
1.3.2	Mexico .....	15
2	Metodología .....	22
2.1	Tipo de Investigación .....	22
3	Presentación de los resultados.....	22
3.1	Industria de Cemento.....	22
3.1.1	México – Veracruz.....	22
3.1.2	Colombia .....	23
3.2	Industria Azucarera .....	24
3.2.1	México – La Gloria .....	24
3.2.2	Colombia – Valle Del Cauca .....	25
3.3	Industria de lácteos.....	26
3.3.1	México – Ixtapaluca .....	26
3.3.2	Colombia – Cajicá.....	27
4	DISCUSIÓN DE RESULTADOS .....	28

## ANEXOS

- DIARIO DE CAMPO – REGISTRO FOTOGRAFICO – VISITA INTERNACIONAL

## **I. RESUMEN**

El presente documento pretende realizar un comparativo de la forma como tres empresas del área de la fabricación de Cementos, producción de azúcar y lácteos, desarrollan los programas de Responsabilidad Social Empresarial en las comunidades que se encuentran ubicadas en el área de influencia de las plantas de producción. Para este proceso se tuvo en cuenta la información que fue adquirida a partir de referencias bibliográficas, y suministrada y recolectada en la Misión internacional realizada a México durante los días 2 y 8 de noviembre de 2019, donde a partir de la exposición y entrevista directa con los encargados de las visitas empresariales, se logró recolectar información que permitió realizar la comparación de las empresas Colombianas y Mexicanas, y realizar un análisis crítico de los procesos expuestos en las fuentes secundarias y visibilizados en la observación directa.

## **II. ABSTRACT**

This document intends to make a comparison of how three companies in the area of cement manufacturing, sugar and dairy production, develop the Corporate Social Responsibility programs in the communities that are located in the area of influence of the plants of production. For this process, the information that was acquired from bibliographic references was taken into account, and provided and collected in the International Mission to Mexico on November 2 and 8, 2019, where from the exhibition and direct interview with Those in charge of business visits, it was possible to collect information that allowed the comparison of Colombian and Mexican companies, and to perform a critical analysis of the processes exposed in secondary sources and made visible in direct observation.

### **III. Introducción.**

En la actualidad la Responsabilidad social empresarial (RSE) es un término amplio para describir el esfuerzo de una empresa para impactar positivamente en su entorno. Estas situaciones se dirigen en distintos niveles de consciencia organizacional y pueden ir desde donaciones económicas a organizaciones de la sociedad civil, hasta la implementación de políticas estratégicas al interior y al exterior. Cada país y cada empresa adoptan programas que benefician a la comunidad aledaña y afectada por los procesos de producción algunos basados en el beneficio propio y otros relacionados con la mejora de la calidad de vida de las personas.

De acuerdo a lo anterior, el presente documento evidencia el desarrollo del análisis comparativo que se realizó de la forma como tres empresas de diferentes sectores contemplan el tema de la Responsabilidad Social Empresarial hacia las comunidades del área de influencia.

Este documento presenta Análisis del entorno México- Colombia, términos teóricos, Marco Legal y análisis comparativo, basado en fuentes secundarias y la información recolectada en la Misión internacional realizada a México durante los días 2 y 8 de noviembre de 2019 , lo cual permitió realizar un análisis general de la forma como son desarrollados los procesos en estos dos países.

#### **IV. Pregunta orientadora**

¿Cómo se desarrolla la Responsabilidad Social Empresarial a la comunidad en las empresas dedicadas a la fabricación de Cementos, Azúcar y Lácteos de los países de México y Colombia?

#### **V. Objetivos.**

- Identificar los programas de responsabilidad Social Empresarial que ejecutan las empresas encargadas de la fabricación de cementos, azúcar y lácteos en México y Colombia.
- Analizar las diferencias y similitudes presentes en los programas establecidos en dichos sectores empresariales.

## 1 Revisión de la Literatura.

### 1.1 Análisis del entorno – México – Colombia

#### 1.1.1 Aspectos sociodemográficos

De acuerdo con la información presentada en la página web del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) de México, con corte a 2015 existe una población de 119,938,473, por su parte el DEPARTAMENTO Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE) de Colombia informa que el Censo Nacional de Población y Vivienda realizado en 2018 arroja que su población se estima en 48.258.494, es decir, la población total de Colombia en comparación con la mexicana representa el 40,2% del total de ciudadanos mexicanos.

En este contexto, se procede a detallar aspectos educativos, culturales, económicos y empresariales que permitirán obtener un contexto comparativo entre las dos naciones latinoamericanas y adicionalmente, aportara información básica para el análisis de la Responsabilidad Social Empresarial implementado en los dos países.

#### 1.1.2 Aspectos educativos

De acuerdo con el portal de estadísticas del Banco Mundial, México ha destinado el en promedio desde 2014 a 2016, el 5% de su PIB en educación, por su parte Colombia entre 2014 a 2017 a destinado en promedio el 4,4 % de su PIB en la educación de su población y los datos mas recientes en el portal del banco mundial son relacionados a continuación:

Gráfica No. 1

Gasto en educación como proporción del PIB

Nombre del país	Año Más Reciente	Valor Más Reciente
Colombia	2017	4,5
México	2016	4,9

**Fuente:** Banco Mundial

Por otra parte, Colombia cuenta con 32 universidades Públicas (Colombia, 2012), por su parte, México cuenta con 141 universidades o instituciones de educación superior públicas (mextudia, 2018).



### 1.1.3 Aspectos culturales

De acuerdo con la pagina “historia de México”, (...) Tras la caída del imperio tolteca a fines del siglo XII, el Valle de México fue invadido por sucesivas oleadas de pueblos bárbaros procedentes del norte que fundaron diversas ciudades-estado, como Xaltocan, Tetzoco, Azcapotzalco o Coatlinchan. La última invasión la efectuaron la cultura azteca, un grupo de lengua náhuatl originario de Aztlan, un lugar semimítico situado en el Occidente de México.(...); de acuerdo con lo anterior, Mexico es un país producto de una mezcla de las prácticas y tradiciones indígenas que se representan en la comida y su literaturta. Entre los eventos nacionales mas reconocidos se encuentra:

- La Fiesta de todos los santos y los fieles difuntos (dia de los muertos)
- Fiesta Tradicional de San Antonio Abad.
- Fiesta Cívica. Conmemoración del NATALICIO DE DON BENITO JUAREZ
- FIESTA DE LA SANTA CRUZ.
- Fiesta Cívica ANIVERSARIO DE LA BATALLA DE PUEBLA
- Fiesta Cívica de Conmemoración de la INDEPENDENCIA NACIONAL

De igual manera, Colombia es una población con tradiciones indígenas, gracias a que fue colonizada por una serie de pequeños grupos de pueblos como el Tayrona y el Muisca; adicionalmente, como resultado de su interacción con los españoles, se introduce el catolicismo en su costumbre, lo cual genera una población un arraigo católico predominando y las costumbres indígenas se expresa en aspectos culturales como la música, el baile y su comida; sus principales fiestas son:

- Carnaval de Negros y Blancos
- Carnaval de Barranquilla
- Feria de Cali
- Semana Santa
- Festival de la leyenda Vallenata
- Dia de la independencia

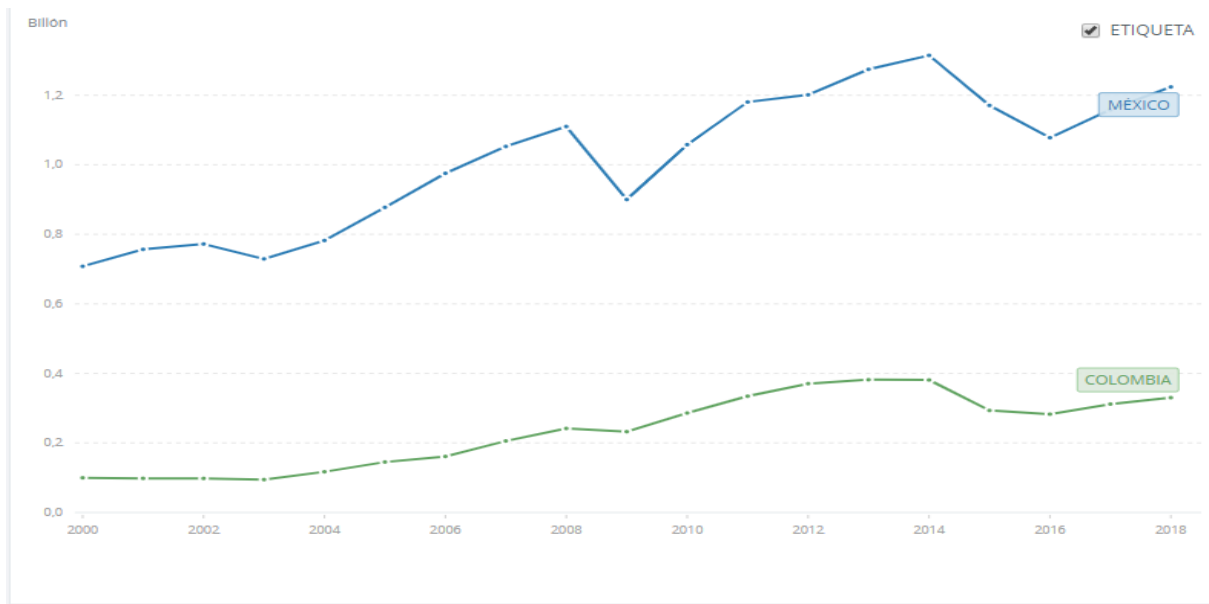
### 1.1.4 Aspectos económicos

De acuerdo con The observatory of economic complexity, (...) México es la 9º mayor economía de exportación en el mundo y la economía más compleja 21º de acuerdo con el Índice de Complejidad Económica (ECI).(…), sus principales exportaciones son automóviles de pasajeros, seguido de las autopartes y en tercer lugar las máquinas automáticas para el tratamiento y procesamiento de datos, es decir, es una economía industrializada que genera productos con un alto componente tecnológico, lo cual a producido que a 2018 su PIB fuera de 18,537,324Millones de pesos (mexicanos) a precios de 2013 (INEGI, 30).

Por su parte Colombia presenta una economía basada en vienes primarios, según The observatory of economic complexity, (...) Colombia es la 55° mayor economía de exportación en el mundo y la economía más compleja 53° de acuerdo con el Índice de Complejidad Económica (ECI)(...), sus principales exportaciones son el petróleo crudo (sin tratamiento) seguido del café y en tercer lugar los aceites de petróleo minerales bituminoso, lo cual genero que su PIB a 2018 fuera de 233040,9 miles de millones de pesos (colombianos) (DANE, 2019)

Finalmente, a continuación, se relaciona la gráfica del Banco Mundial, mediante la cual se comparan las dos economías mediante su producción interna bruta, evidenciando un crecimiento sostenido desde el año 2000 hasta el año 2018, evidenciando que México presenta una economía con mayor producción gracias a los productos exportados, los cuales presentan mayor nivel de tecnología para su producción y Colombia se basa en la exportación de bienes primarios:

Gráfica No. 2  
Producto Interno Bruto Colombia - Mexico



**Fuente:** Banco Mundial

### 1.1.5 Aspectos empresariales

Respecto a la composición empresarial, para el caso de México, según la página [scielo.org.mx](http://scielo.org.mx), (...) los Censos Económicos 2009, que recogen datos del 2008, en México las pymes constituyen 4.6% del total de las empresas, y concentran 32.9% del personal ocupado; es decir: las pymes generan uno de cada tres empleos en México, en donde el 95.2% de las empresas están en el estrato micro (EMi) y emplean a 45.6% del personal ocupado. El resto de las empresas (0.2%) son empresas grandes que generan el otro 21.5% del empleo en el país. (...), lo cual evidencia que la microempresa genera un tercio del total de empleos generados en el país centroamericano, como lo evidencia la siguiente imagen:

Cuadro No. 1  
Personal ocupado en Mexico por tamaño de empresa

	Año 2003		Año 2008		Crecimiento 2003-2008 (%)
	Personal ocupado	%	Personal ocupado	%	
Total	16 239 536	100.0	20 116 834	100.0	19.3
Micro	6 224 965	38.3	8 414 444	41.8	26.0
Pequeña	2 478 964	15.3	3 078 665	15.3	19.5
Mediana	2 828 306	17.4	3 199 650	15.9	11.6
Grande	4 707 301	29.0	5 424 075	27.0	13.2

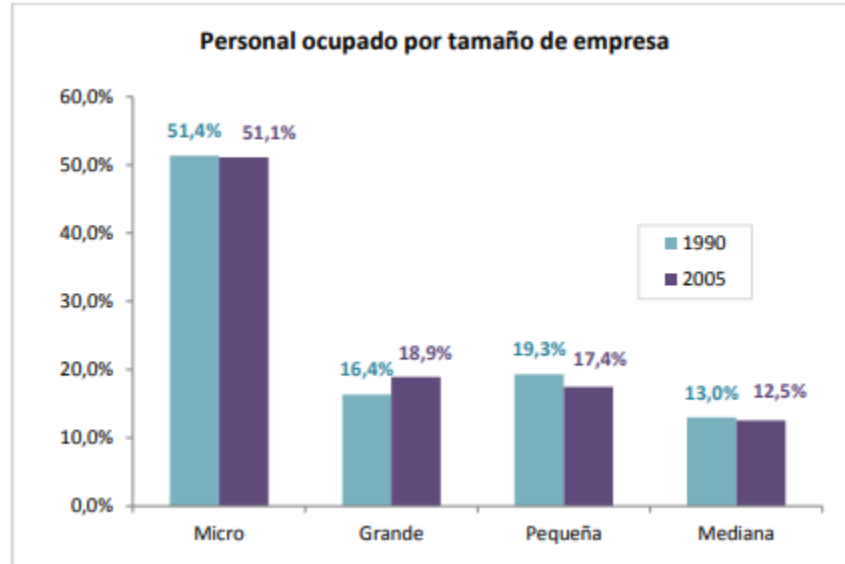
Fuente: Elaborado con datos de los Censos Económicos 2004 y 2009 del INEGI.

**Fuente:** Scientific Electronic Library Online

De igual manera, en Colombia, el 51.1 % de los empleos son generados por microempresas, como lo evidencia la siguiente grafica tomada del informe MIPYMES CENSO 1990 Y 2005 elaborado por el DNP:

Gráfica No. 3

Personal ocupado en Colombia por tamaño de empresa



Fuente: DNP

Lo anterior, sumado a las características económicas de cada país, evidencia que las microempresas son las que mayor número de empleos generan, no obstante, estas unidades productivas no generan bienes con innovación tecnológica, lo cual, no fortalece la producción de bienes y servicios con valor agregado alto, generando una brecha entre las grandes empresas internacionales (que aportan la mayor cantidad de ingresos en los países como México y las micro empresas).

## 1.2 Responsabilidad Social Empresarial

La Responsabilidad Social Empresarial, como lo definen varios autores es el compromiso consciente y congruente de cumplir integralmente con la finalidad de la empresa, tanto en lo interno como en lo externo, considerando las expectativas económicas, sociales y ambientales de todos sus participantes, demostrando respeto por la gente, los valores éticos, la comunidad y el medio ambiente, contribuyendo así a la construcción del bien común.

De esta forma se da por entendido que la responsabilidad empresarial no es algo ajeno o añadido a la función original de la empresa. Por el contrario, implica cumplir con ella con la conciencia de que esto impactará de forma positiva o negativa, directa o indirectamente, interna o externamente, a grupos y comunidades vinculadas con su operación. Es la capacidad de responder a estos desafíos buscando maximizar los impactos positivos y minimizar los negativos, haciendo mejores negocios al atender estas expectativas.

### La dimensión integral de la Responsabilidad Social Empresarial

La acción responsable “integral” implica el análisis y la definición del alcance que la organización tendrá, como ya se estableció, en relación a las distintas necesidades, expectativas y valores que conforman el ser y quehacer de las personas y de las sociedades con las que interactúa; de esta forma sus niveles de responsabilidad se pueden entender y agrupar:

En su **dimensión económica interna**, su responsabilidad se enfoca a la generación y distribución del valor agregado entre colaboradores y accionistas, considerando no sólo las condiciones de mercado sino también la equidad y la justicia. Se espera de la empresa que genere utilidades y se mantenga viva y pujante (sustentabilidad).

En su **dimensión económica externa**, implica la generación y distribución de bienes y servicios útiles y rentables para la comunidad, además de su aportación a la causa pública vía la contribución impositiva. Asimismo, la empresa debe participar activamente en la definición e implantación de los planes económicos de su región y su país.

En su **dimensión social interna**, implica la responsabilidad compartida y subsidiaria de inversionistas, directivos, colaboradores y proveedores para el cuidado y fomento de la calidad de vida en el trabajo y el desarrollo integral y pleno de todos ellos.

En su **dimensión sociocultural y política externa**, con lleva a la realización de acciones y aportaciones propias y gremiales seleccionadas para contribuir con tiempo y recursos a la generación de condiciones que permitan y favorezcan la expansión del espíritu empresarial y el pleno desarrollo de las comunidades y, por tanto, a un entorno de mercado favorable para el desarrollo de su negocio.

En su **dimensión ecológica interna**, implica la responsabilidad total sobre las repercusiones ambientales de sus procesos, productos y subproductos; y, por lo tanto, la prevención —y en su caso remedio— de los daños que causen o pudieran causar.

En su **dimensión ecológica externa**, conlleva a la realización de acciones específicas para contribuir a la preservación y mejora de la herencia ecológica común para el bien de la humanidad actual y futura” (EMPRESARIAL, CEMEFI, SF).

### 1.3 Marco Legal

#### 1.3.1 Colombia

Colombia en la actualidad cuenta con una normatividad legal vigente que le permite a las empresas actuar bajo los principios del pacto mundial y de las normas internacionales de responsabilidad social empresarial. A continuación se detalla cada una de las normas que las empresas adoptan:

- CONSTITUCION POLITICA DE COLOMBIA 1991. TITULO II, CAPITULO 3 LOS DERECHOS COLECTIVOS Y DEL AMBIENTE.
- CONSTITUCION POLITICA DE COLOMBIA 1991. TITULO XII, CAPITULO 1 DEL RÉGIMEN ECONÓMICO Y DE LA HACIENDA PUBLICA, Artículo 333. La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley. La libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades. La empresa, como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones. El Estado fortalecerá las organizaciones solidarias y estimulará el desarrollo empresarial. El Estado, por mandato de la ley, impedirá que se obstruya o se restrinja la libertad económica y evitará o controlará cualquier abuso que personas o empresas hagan de su posición dominante en el mercado nacional. La ley delimitará el alcance de la libertad económica cuando así lo exijan el interés social, el ambiente y el patrimonio cultural de la Nación.
- LEY 99 DE 1993. “Por la cual se crea el MINISTERIO DEL MEDIO AMBIENTE, se reordena el Sector Público encargado de la gestión y conservación del medio ambiente y los recursos naturales renovables, se organiza el Sistema Nacional Ambiental -SINA y se dictan otras disposiciones.”
- LEY 164 DE 1994. Se aprueba la "Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático".

- LEY 190 DE 1995. “Por la cual se dictan normas tendientes a preservar la moralidad en la Administración Pública y se fijan disposiciones con el fin de erradicar la corrupción administrativa.”
- LEY 970 DE 2005. Se aprueba la "Convención de las Naciones Unidas contra la Corrupción".
- LEY 1474 DE 2011. “Por la cual se dictan normas orientadas a fortalecer los mecanismos de prevención, investigación y sanción de actos de corrupción y la efectividad del control de la gestión pública.”
- Norma INCONTEC Guía Técnica Colombiana – GTC 180. Esta guía proporciona directrices para un enfoque de gestión socialmente responsable en las organizaciones y comparte principios comunes con otros sistemas e instrumentos de gestión.

Por tanto, forma parte de una gestión voluntaria que va más allá del marco legal, que corresponde a una época en que las organizaciones y la comunidad internacional están adquiriendo una nueva comprensión de la importancia de crear un entorno equitativo y sostenible para el desarrollo y el bienestar de las personas. El concepto de responsabilidad social ha venido adquiriendo mayor definición, legitimación, exigencia y aval entre la comunidad internacional y en el mundo de las relaciones entre organizaciones. Así, ha pasado a ser una exigencia de la sociedad contemporánea y de la economía global, y un factor cada vez más importante en las decisiones sobre inversión, producción y comercialización.

La responsabilidad social implica una visión integral de la sociedad y su desarrollo, que comprende las dimensiones social, ambiental y económica de las organizaciones, y entiende que el crecimiento económico y la productividad están asociados con las mejoras en la calidad de vida de las personas y la vigencia de organizaciones comprometidas con las libertades y los derechos humanos, y el cuidado del medio ambiente.

El impacto de la organización se extiende a las partes interesadas (stakeholders) tanto en el ámbito externo, con los clientes (usuarios o consumidores), con los proveedores, con otras organizaciones, con el Estado y con la comunidad; así como en el ámbito interno, con los colaboradores, trabajadores, directivos y con los asociados, entre otros.

Una gestión socialmente responsable alcanza una nueva frontera de beneficios para las organizaciones contemporáneas, entre los que cabe destacar:

- estrecha las relaciones y genera fidelidad y satisfacción creciente con las diferentes partes interesadas (stakeholders),
- establece un marco de gestión basado en el desarrollo sostenible, - promueve un modelo dialógico para prevenir y afrontar los conflictos,
- suscita renovación de la cultura de la organización a partir de principios compartidos y fines socialmente legítimos,
- mejora la capacidad de generar confianza pública y - protege e incrementa la reputación de la organización.

### 1.3.2 Mexico

- **“NMX-SAST-26000-IMNC-2011/ISO 26000:2010 Guía de Responsabilidad Social**

La Guía NMX-SAST-26000-IMNC-2011/ISO 26000:2010 hace énfasis en que el desempeño de una organización con la sociedad y con su impacto con el medio ambiente será una parte crítica al medir su desempeño integral y su habilidad para operar de manera eficaz. Proporciona orientación

sobre los **Principios y Materias Fundamentales de Responsabilidad Social** que ayudan a integrar un comportamiento socialmente responsable en cualquier organización del sector privado, público y sin fines de lucro, independientemente si son grandes, medianas o pequeñas y operan en países desarrollados o en países en desarrollo.

Esta norma mexicana pretende ayudar a las organizaciones a contribuir al desarrollo sostenible, considerándolo como el desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades, es decir a la integración de las metas de una calidad de vida elevada, la salud y la prosperidad con justicia social y al mantenimiento de la capacidad de la tierra para conservar la vida en toda su diversidad.

El desarrollo sostenible tiene tres dimensiones – económica, social y ambiental–, que son interdependientes y se refuerzan mutuamente. El desarrollo sostenible puede considerarse como una vía para expresar las más amplias expectativas de la sociedad en su conjunto y consiste en satisfacerlas respetando los límites ecológicos del planeta y sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones de satisfacer sus necesidades.

La norma proporciona orientación a todo tipo de organizaciones, independientemente de su tamaño o ubicación, sobre:

- Conceptos, términos y definiciones relacionados con la responsabilidad social;
- Antecedentes, tendencias y características de la responsabilidad social;
- Principios y prácticas relacionados con la responsabilidad social;
- Materias fundamentales relacionados con la responsabilidad social;
- Asuntos de responsabilidad social;
- Integración, implementación y promoción de un comportamiento socialmente responsable en toda la organización y a través de sus políticas y prácticas relacionadas con su esfera de influencia;
- Identificación e involucramiento de las partes interesadas; y
- Comunicación de los compromisos y el desempeño relacionados con la responsabilidad social.

La NMX-SAST-26000-IMNC-2011 define a la Responsabilidad Social como la responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en



la sociedad y el medioambiente, a través de un comportamiento transparente y ético que contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad; tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas; y que cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento y esté integrada en toda la organización y se lleve a la práctica en sus relaciones.

La característica esencial de la RS es la voluntad de las organizaciones de incorporar consideraciones sociales y ambientales en su toma de decisiones y de rendir cuentas por los impactos de sus decisiones y actividades en la sociedad y el medio ambiente. Esto implica un comportamiento transparente y ético que contribuya al desarrollo sostenible, cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento. También implica que la responsabilidad social esté integrada en toda la organización, se lleve a la práctica en sus relaciones, y tenga en cuenta los intereses de las partes interesadas.

### **Contenido general de la NMX-SAST-26000-IMNC-2011/ISO 26000**

La norma presenta la siguiente tabla que señala su contenido general:		
<b>Título del capítulo</b>	<b>Número del capítulo</b>	<b>Descripción de los contenidos del capítulo</b>
Objeto y campo de aplicación	Capítulo 1	Define el objeto y campo de aplicación de esta Norma Mexicana e identifica ciertas limitaciones y exclusiones.
Términos y definiciones	Capítulo 2	Identifica y proporciona el significado de los términos clave que son de importancia fundamental para comprender la responsabilidad social y para el uso de esta Norma Mexicana.

La norma presenta la siguiente tabla que señala su contenido general:		
<b>Título del capítulo</b>	<b>Número del capítulo</b>	<b>Descripción de los contenidos del capítulo</b>
Comprender la responsabilidad social	Capítulo 3	Describe los factores importantes y las condiciones que han influido en el desarrollo de la responsabilidad social y que continúan afectando su naturaleza y práctica. Además, describe el propio concepto de responsabilidad social, lo que significa y cómo se aplica a las organizaciones. El capítulo incluye orientación para las pequeñas y medianas organizaciones sobre el uso de esta Norma Mexicana.
Principios de la responsabilidad social	Capítulo 4	Introduce y explica los principios de la responsabilidad social.
Reconocer la responsabilidad social e involucrarse con las partes interesadas	Capítulo 5	Aborda dos prácticas de responsabilidad social: el reconocimiento por parte de una organización de su responsabilidad social; y la identificación y el involucramiento con sus partes interesadas. Proporciona orientación sobre la relación entre una organización, sus partes interesadas y la sociedad, sobre el reconocimiento de las materias fundamentales y los asuntos de responsabilidad social y sobre la esfera de influencia de una organización.
Orientación sobre materias fundamentales de responsabilidad social	Capítulo 6	Explica las materias fundamentales relacionadas con la responsabilidad social y sus asuntos asociados. Para cada materia fundamental, se proporciona información sobre su alcance, su relación con la responsabilidad social, los principios y las consideraciones relacionados y las acciones y expectativas relacionadas.

La norma presenta la siguiente tabla que señala su contenido general:		
<b>Título del capítulo</b>	<b>Número del capítulo</b>	<b>Descripción de los contenidos del capítulo</b>
Orientación sobre la integración de la responsabilidad social en toda la organización	Capítulo 7	Proporciona orientación sobre cómo poner en práctica la responsabilidad social en una organización. Incluye orientaciones relacionadas con: la comprensión de la responsabilidad social de una organización, la integración de la responsabilidad social en toda la organización, la comunicación relativa a la responsabilidad social, el incremento de la credibilidad de una organización con respecto a la responsabilidad social, la revisión del progreso y la mejora del desempeño y la evaluación de iniciativas voluntarias en responsabilidad social.
Ejemplos de iniciativas voluntarias y herramientas para la responsabilidad social	Anexo A	Presenta un listado no exhaustivo de iniciativas y herramientas voluntarias relacionadas con la responsabilidad social, que abordan aspectos de una o más materias fundamentales o de la integración de la responsabilidad social en toda la organización.
Abreviaturas	Anexo B	Contiene las abreviaturas utilizadas en esta Norma Mexicana
Bibliografía		Incluye referencias a instrumentos internacionales reconocidos y Normas ISO que se referencian en el cuerpo de esta Norma Mexicana como fuente de consulta.

### **No es certificable**

La norma NMX-SAST-26000-IMNC-2011/ISO 26000 no es una norma de sistema de gestión y no es adecuada, ni pretende servir para propósitos de certificación, o uso regulatorio o contractual.

Cualquier oferta de certificación o petición para obtener una certificación conforme a la norma NMX-SAST-26000-IMNC-2011/ISO 26000 se consideraría una tergiversación del propósito e intención de esta Norma Internacional y una mala utilización de la misma. Dado que NMX-SAST-26000-IMNC-2011/ISO 26000 no contiene requisitos, ninguna certificación constituiría una demostración de

conformidad respecto a esta Norma Internacional. Conforme al Acuerdo de Marrakech, que establece la Organización Mundial del Comercio (OMC), no se pretende que proporcione ninguna base para cualquier presunción o conclusión de que una medida es coherente con las obligaciones de la OMC.

Adicionalmente, no pretende sentar bases para acciones legales, quejas, argumentaciones u otras demandas en ningún proceso internacional, local o de otro tipo, ni pretende ser citada como evidencia de la evolución del derecho internacional consuetudinario.

### **Beneficios se pueden lograr implementando NMX-SAST-26000-IMNC-2011/ISO 26000:2010**

Tanto la percepción que se tenga acerca del desempeño de una organización en materia de responsabilidad social, como su desempeño real pueden influir, entre otras cosas en:

- Ventaja competitiva
- Reputación
- Capacidad para atraer y retener a trabajadores o miembros de la organización, clientes o usuarios
- Mantenimiento de la motivación, compromiso y productividad de los empleados
- Percepción de los inversionistas, propietarios, donantes, patrocinadores y comunidad financiera
- Relación con empresas, gobiernos, medios de comunicación, proveedores, organizaciones pares, clientes y la comunidad donde opera.

La característica esencial de la responsabilidad social es la voluntad de las organizaciones de incorporar consideraciones sociales y ambientales en su toma de decisiones y de rendir cuentas por los impactos de sus decisiones y actividades en la sociedad y el medio ambiente. Esto implica un comportamiento transparente y ético que contribuya al desarrollo sostenible, cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento. También implica que la responsabilidad social esté integrada en toda la organización, se lleve a la práctica en sus relaciones, y tenga en cuenta los intereses de las partes interesadas.

La responsabilidad social puede ofrecer numerosos beneficios potenciales para una organización como:

- Impulsar una toma de decisiones más fundamentada con base en una mejor comprensión de las expectativas de la sociedad, las oportunidades asociadas a la responsabilidad social

(incluyendo una mejor gestión de los riesgos legales) y los riesgos de no ser socialmente responsable;

- Mejorar las prácticas de gestión del riesgo de la organización;
- Aumentar la reputación de la organización y fomentar una mayor confianza pública;
- Apoyar la licencia social de la organización para operar;
- Generar innovación;
- Mejorar la competitividad de la organización, incluyendo el acceso al financiamiento y la posición de socio preferencial;
- Mejorar la relación de la organización con sus partes interesadas, exponiendo a la organización a nuevas perspectivas y al contacto con una variada gama de partes interesadas;
- Aumentar la lealtad, el involucramiento, la participación y la moral de los empleados;
- Mejorar la salud y la seguridad, tanto de sus trabajadores como de sus trabajadoras;
- Impactando positivamente en la capacidad de una organización para contratar, motivar y retener a sus empleados;
- Obtener ahorros asociados al aumento de la productividad y eficiencia de los recursos, la disminución del consumo de energía y agua, la reducción de residuos y la recuperación de subproductos valiosos;
- Mejorar la fiabilidad y equidad de las transacciones, a través de la participación política responsable, la competencia justa y la ausencia de corrupción, y
- Prevenir o reducir los conflictos potenciales con consumidores acerca de productos o servicios” (SOCIAL, 2012)

## **2 Metodología**

### **2.1 Tipo de Investigación**

A través de una investigación descriptiva se espera responder el quién, el dónde, el cuándo, el cómo y el porqué del sujeto de estudio. Así mismo, busca medir o evaluar los aspectos, dimensiones o componentes más relevantes del fenómeno o fenómenos a investigar. La investigación descriptiva requiere de un considerable conocimiento del área que se investiga para poder formular las preguntas específicas que busca responder, y se basa en la medición de uno o más atributos del fenómeno descrito. Puede también ofrecer la posibilidad de predicciones rudimentarias. Hernández, Fernández & Baptista (2008)

Esta investigación se considera descriptiva ya que se va a analizar el tema del trabajo en tres unidades de negocio específicas se realizara por medio de consulta de fuentes secundarias y preguntas abiertas a las personas encargadas de realizar las visitas empresariales en México.

## **3 Presentación de los resultados**

Una vez realizadas las visitas en la salida Internacional a México procedemos a realizar un análisis comparativo de la forma como se desarrolla la parte de Responsabilidad Social Empresarial en las empresas visitadas, específicamente en la parte de apoyo a la comunidad, en este escenario los espacios empresariales corresponden al área de la fabricación de cemento, azúcar y lácteos.

Para este proceso se tuvo en cuenta la consulta de fuentes secundarias (páginas web) y entrevista directa con las personas de las empresas visitadas. La comparación se realizará con la empresas del mismo sector industrial en Colombia.

### **3.1 Industria de Cemento**

#### **3.1.1 México – Veracruz**

En la empresa de cementos visitada en la ciudad de Veracruz, se evidenció que realizan diferentes actividades encaminadas al desarrollo de las comunidades que se encuentran alrededor de la planta cementera, actividades que de alguna forma les han permitido ser reconocidos por ser una empresa que busca el beneficio social de los habitantes afectados directa o indirectamente por la

explotación del material en la zona, adicionalmente, se evidenció que los programas con los que cuentan buscan cambiar la vida de los habitantes.

De acuerdo a lo informado por el representante de la cementera, y la información que se encuentra en la página Web se evidenció que se enfatizan en:

- Realización de ferias de la Salud, donde busca acercar los servicios de salud preventiva a la comunidad que se encuentra en los alrededores de las plantas ubicadas en los municipios de Tepetzingo, Cerritos y Apazapan.
- Programas de educación, donde apoya a los estudiantes de la comunidad a resaltar el valor del esfuerzo personal de los adolescentes; y de esta manera, contribuyen a mejorar el grado de estudios de las zonas de influencia.
- Promoción económica, en este aspecto en articulación con algunas de Universidades de las zonas donde se encuentran ubicadas las plantas de cementos, lleva a cabo proyectos de incubadoras de negocios con el objetivo de vincular a los estudiantes en el mercado laboral, y de la misma manera tienen trabajan con el IMPULSA, programa que busca enseñar las características emprendedoras de los niños y niñas de la región.
- Promoción del deporte, en este tema la fábrica de cementos busca establecer un sentimiento de pertenencia por la empresa entre los niños y jóvenes de las comunidades cercanas, involucrando de esta forma a las familias y ofreciéndoles una alternativa diferente para el uso del tiempo libre; a partir de la promoción de escuelas de fútbol y asimismo, promueven el desarrollo profesional en el deporte en las personas que tienen potencial en este tema.

### **3.1.2 Colombia**

Una de las fabricas escogidas para realizar el análisis corresponde a la Cementera Colombiana ubicada en la zona andina, en la información que se encuentra registrada en la página web, establece que como parte esencial para las operaciones está el bienestar de las comunidades donde se ubican las plantas en este escenario vinculan laboralmente a miembros de la comunidad, trabajan con proveedores locales y contribuyen con el desarrollo de cada una de las comunidades vecinas a través de programas de inversión social.

En los programas que promueve esta compañía se encuentran:

- Escuelas deportivas, a través de las Escuelas Deportivas la fábrica promueve el deporte en diferentes disciplinas como el fútbol, la natación y el baloncesto, contribuyendo al desarrollo integral de la niñez, fortaleciendo la educación en valores y generando un buen uso del tiempo libre.
- Formación y Capacitación comunitaria, en alianza con el SENA promueve la capacitación, en diferentes disciplinas, de jóvenes y adultos de las comunidades aledañas a las plantas, en estos programas forman técnicos y tecnólogos en distintas disciplinas como salud ocupacional, manejo de maquinaria pesada, soldadura, mantenimiento de motores Diesel, construcción, medio ambiente, salud pública, mantenimiento eléctrico - mecánico e industrial, belleza, entre otro.
- Centros comunitarios, son espacios donde la compañía realiza articulación entre los colaboradores y la comunidad en espacios de educación y deporte con las comunidades vecinas.
- Mejoramiento de Infraestructura Comunitaria, la compañía busca que las comunidades vecinas tengan la oportunidad de mejorar calles, andenes, puentes, parques, plazas o cualquier otro espacio comunitario que lo requiera, para ello la fábrica dona los materiales de construcción e involucra las autoridades locales, voluntarios de la comunidad y la empresa con la mano de obra para promover la autogestión y el desarrollo comunitario.

## **3.2 Industria Azucarera**

### **3.2.1 México – La Gloria**

El ingenio azucarero visitado en el municipio La Gloria del estado de Veracruz, cuenta como eje para la ejecución de la responsabilidad social empresarial la vinculación con la Comunidad, en la cual refuerzan el compromiso de bienestar en los habitantes de los sectores de influencia y los diferentes grupos de interés, en este aspecto fomentan el trabajo en equipo con el Gobierno y con los habitantes para el desarrollo humano y progreso comunitario, de acuerdo a la información suministrada en el ingenio y el reporte de responsabilidad social del año 2017, entre sus programas de responsabilidad social hacia la comunidad se encuentran:



- Programa “Jornaleros Somos y En Cañaveral Andamos”, el cual tiene como objetivo respetar los derechos de los niños a través de la Erradicación del Trabajo Infantil en el campo correspondiente a toda la zona de abasto del Ingenio.
- “Fortalecimiento Integral De Talentos”, este programa tiene como objetivo el incrementar las habilidades, destrezas y el fortalecimiento de valores e incremento de las capacidades en los profesores de las instituciones educativas de la zona que participaron en el taller.
- Remodelación de albergues, los cuales en la época de ZAFRA funcionan como lugares de habitación y alimentación para los trabajadores del ingenio.
- Construcción de escuelas para los niños, niñas y adolescentes de la zonas de abasto del ingenio.
- Campañas de salud y vacunación.

### **3.2.2 Colombia – Valle Del Cauca**

El Ingenio que se encuentra ubicado en el departamento del Valle del Cauca, busca mejorar la calidad de vida de los colaboradores de menores ingresos, las familias y las comunidades de influencia. El trabajo de esta compañía, se enfoca en disminuir las deficiencias en salud, educación y vivienda. Adicionalmente, implementa proyectos de emprendimiento productivo que incrementen los ingresos familiares.

A continuación se relacionan los programas que contemplan el desarrollo del área de Responsabilidad Social:

- Educación, en este programa buscan que los colaboradores de menores ingresos, las familias y la comunidad del área de influencia al Ingenio culmine la educación secundaria.
- Salud, el objetivo de la compañía es que los colaboradores de menores ingresos y las comunidades del área de influencia estén afiliados al Sistema General de Salud.
- Vivienda, este programa busca lograr que los colaboradores de menores ingresos y la comunidad puedan adquirir vivienda propia o mejor la calidad del lugar de vivienda actual.

- Ingresos complementarios, en este aspecto el ingenio busca que los colaboradores de menores ingresos y las comunidades puedan tener ingresos adicionales con la creación de nuevos emprendimientos productivos.

### 3.3 Industria de lácteos

#### 3.3.1 México – Ixtapaluca

En la planta de procesamiento de lácteos ubicada en Ixtapaluca – México el programa de Responsabilidad Social Empresarial está dirigido a promover en la comunidad del sector y las familias de la ciudad de México la promoción de hábitos de vida saludable a partir del consumo de los productos fabricados en la misma, entre estos programas se encuentran:

- Como parte de las acciones con responsabilidad social, la fábrica realiza visitas a asilos donde imparte charlas a adultos mayores, en temas relacionados a la nutrición y la práctica de hábitos de vida saludables como el consumo de probióticos, con la finalidad de mejorar su salud gastrointestinal para que puedan aprovechar sus alimentos al máximo.

Para lo anterior realiza visitas con atención personalizada para que las personas gocen de los beneficios del probiótico *Lactobacillus casei* Shirota.

- Adicional a lo anterior como parte de la responsabilidad social la compañía realiza visitas a instituciones de protección de niños, niñas y adolescentes en estado de abandono, donde hace charlas con temas relacionados a la nutrición y la práctica de hábitos de vida saludables como el consumo de probióticos, con la finalidad de mejorar su salud gastrointestinal.
- Visitas a la planta de producción para que la comunidad estudiantil, conozca el proceso de fabricación de los lácteos.
- Capacitaciones y charlas en diferentes espacios de influencia de la comunidad.

### 3.3.2 Colombia – Cajicá

La planta de procesamiento de lácteos objeto de comparación se evidenció que ha sido reconocida a Nivel Nacional como gestora en la creación y fomento de proyectos relacionados con el fortalecimiento de las comunidades donde opera y la búsqueda constante de una mejora sostenible en la calidad de vida, a través de la inversión en educación y nutrición.

A continuación, se relacionan los programas en los cuales busca cumplir con lo establecido anteriormente:

- La compañía invierte en el mejoramiento de la calidad educativa de la zona de influencia, desarrolla e impulsa programas para el fortalecimiento de las zonas rurales, donde en alianza con el Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena, capacita a los hijos de los pequeños productores de leche, para que vean en el negocio familiar una oportunidad de empresa.
- Compra de la producción diaria de leche a las familias de la región, con una paga fija. Esta iniciativa se da con la convicción que tiene la empresa de crear un mejor país y también con el fin de contribuir con el Gobierno Nacional en la consolidación de territorios que fueron la cuna histórica de grupos armados.

#### 4 DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Una vez realizada la comparación de la forma como se desarrolla la Responsabilidad Social Empresarial en algunas empresas de México y Colombia podemos concluir:

- Algunos de los programas propuestos en ambos países son mediáticos y no dan solución a una necesidad básica establecida.
- Los programas propuestos son buenos, sin embargo, no se evidencia una articulación con otras instituciones del gobierno que permita garantizar la continuidad de los proyectos.
- Se evidencia que, en el caso de las empresas de fabricación de cementos, los programas son similares pues se enfocan en la realización de campañas de salud y en incentivar el deporte como una actividad que les permita a los jóvenes ocupar el tiempo libre.
- En cuanto a las empresas de lácteos se evidenció una diferencia, toda vez que en el caso Colombiano se busca incentivar la creación de empresa y el apoyo a las familias campesinas de la zona, por el contrario en el caso Mexicano se evidenció que las actividades realizadas tenían como objetivo la búsqueda de nuevos compradores o usuarios.
- En el caso de los Ingenios, se evidenciaron similitudes toda vez que en ambas empresas se buscaba la mejora de la educación y salud de la comunidad de la zona de influencia, y se evidencio una diferencia en la parte de la vivienda, toda vez, que en el caso Mexicano se realizaba la mejora de los albergues donde vivirían los colaboradores en la época de la producción y en el caso Colombiano el objetivo principal es la adquisición de la vivienda como una estrategia para cubrir una necesidad insatisfecha.

## VI. Conclusiones.

- La responsabilidad Social a nivel mundial tienen una importancia significativa pues acerca a la comunidad con la labor realizada por las empresas, sin embargo, en ocasiones los empresarios ven el tema como un cumplimiento a un requisito, mas no como una forma de mejorar la calidad de vida de las familias.
- En las empresas visitadas se evidencio que en todos los programas de responsabilidad social se encaminaban a la mejora de la salud, la educación, la vivienda y el incentivar el deporte como una estrategia para la utilización adecuada del tiempo libre.
- Las Misión Académica realizada a México nos permitió tener una visión más global de la forma como se desarrollan los procesos en otros países, no solo en la parte de la responsabilidad social, sino también en todos aquellos elementos que son necesarios en la dirección y mantenimiento de una empresa, así mismo, nos permitió realizar una evaluación personal de nuestro papel como especialistas y la forma como el conocimiento adquirido puede llegar a mejorar o cambiar la calidad de vida de las familias afectadas directa o indirectamente con los procesos empresariales realizados.

## VII. Referencias.

- CEMEX (2019). Asuntos Sociales. Recuperado de : <https://www.cemexcolombia.com/sostenibilidad/asuntos-sociales>
- MOCTEZUMA (2019). Desarrollo Sostenible – Responsabilidad Social. Recuperado de: <https://www.cmoctezuma.com.mx/desarrollo-sostenible/responsabilidad-social/responsabilidad-social.htm>
- GRUPO AZUCARERO DEL TROPICO (2017). Reporte de Responsabilidad Social Empresarial. Recuperado de: <http://www.gat.com.mx/04Sep-NovReporteRSE.pdf>
- GRUPO AZUCARERO DEL TROPICO (2019). Responsabilidad Social. Recuperado de: <http://www.gat.com.mx/responsabilidadSocial.html>
- MANUELITA (2017). Gestión social con colaboradores y comunidad. Recuperado de: <http://www.manuelita.com/manuelita-sostenib/social/#>
- YAKULT (2019). Responsabilidad Social Empresarial. Recuperado de: <https://www.yakult.com.mx/responsabilidad-social/>
- CONTEXTO GANADERO (2013). Responsabilidad Social, la gran apuesta de Alquería. Recuperado de: <https://www.contextoganadero.com/agricultura/responsabilidad-social-la-gran-apuesta-de-alqueria>
- MONTOYA B. Y MARTÍNEZ P (2012). Responsabilidad Social Empresarial: Una respuesta ética ante los desafíos globales. Recuperado de: [https://www.kas.de/c/document\\_library/get\\_file?uuid=0ade669e-4a46-3edf-bd16-e7eb6403e0fb&groupId=252038](https://www.kas.de/c/document_library/get_file?uuid=0ade669e-4a46-3edf-bd16-e7eb6403e0fb&groupId=252038)
- ACOSTA, C. (2017). Porque es importante la RSE. Recuperado de: <https://www.expoknews.com/por-que-es-importante-la-rse/>
- CEMEFI (SF). El Concepto de la Responsabilidad Social Empresarial. Recuperado de: [https://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto\\_esr.pdf](https://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf)
- Anónimo (2015). Indicadores GRI: indicadores de responsabilidad social corporativa. Recuperado de: <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/indicadores-gri-indicadores-de-responsabilidad-social-corporativa/>
- SOCIAL, G. D. (2012). *NMX-SAST-26000-IMNC-2011/ISO 26000*. Obtenido de NMX-SAST-26000-IMNC-2011/ISO 26000. Recuperado de: <http://www.2006-2012.economia.gob.mx/comunidad-negocios/normalizacion/normalizacion-internacional/iso-26000/guia-de-responsabilidad-social>

- EMPRESARIAL, E. C. (SF). *CEMEFI*. Recuperado de:  
[www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concept\\_esr.pdf](http://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concept_esr.pdf)
- SENADO. (1993). *LEY 99 DE 1993*. Recuperado de:  
[http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_0099\\_1993.html](http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0099_1993.html)
- SENADO. (1994). *LEY 164 DE 1994*. Obtenido de Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático. Recuperado de:  
[http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_0164\\_1994.html](http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0164_1994.html)
- SENADO. (1995). *LEY 190 DE 1995*. Recuperado de:  
[http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_0190\\_1995.html](http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0190_1995.html)
- SENADO. (2005). *LEY 970 DE 2005*. Recuperado de:  
[http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_0970\\_2005.html](http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0970_2005.html)
- SENADO. (2011). *LEY 474 DE 2011*. Recuperado de:  
[http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_1474\\_2011.html](http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1474_2011.html)
- SENADO, S. D. (1991). *CONSTITUCION POLITICA DE COLOMBIA*. Recuperado de:  
<http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/cons>
- CONTEC. (25 de 06 de 2008). *GUÍA TÉCNICA GTC180*. Recuperado de:  
<https://tienda.icontec.org/wp-content/uploads/pdfs/GTC180.pdf>
- BERNAL, CÉSAR A (2010). Metodología de la Investigación. Tercera Edición. Colombia. PEARSON Educación.
- Hernández, Fernández & Baptista (2008). Metodología de la investigación. Recuperado de:  
[https://www.esup.edu.pe/descargas/dep\\_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigacion%20ta%20Edici%C3%B3n.pdf](https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigacion%20ta%20Edici%C3%B3n.pdf)