

Guía Corporativa para el relacionamiento con comunidades y ejecución Proyectos de Inversión Social

INTRODUCCIÓN

Este documento establece responsabilidades, criterios y métodos para gestionar las relaciones entre la empresa y sus comunidades vecinas.

1. OBJETIVO Y ALCANCE

El objetivo de este documento es apoyar en la creación de oportunidades de acción conjunta que favorezcan el desarrollo sostenible mediante la creación de valor compartido en los ámbitos social, ambiental y económico. Estas orientaciones aplican para todos los sitios de operación de Mexichem.

2. DEFINICIONES

- **Territorio de operación:** Toda ubicación geográfica en donde haya una instalación operacional directa de la empresa, o aquellas que presten servicios de apoyo a las operaciones (puertos, carreteras frecuentes, etc.) aunque en ellas no existan instalaciones fijas de la empresa.
- **Comunidad:** Conjunto de personas e instituciones que habitan y/o funcionan en las zonas geográficas en donde la empresa tiene sus operaciones.
- **Grupos de interés:** Todos aquellos grupos que se ven afectados o pueden afectar directa o indirectamente el desarrollo de la actividad de la empresa.
- **Materialidad:** Conjunto de los asuntos relevantes que se deben gestionar y reportar en función de su importancia para los diferentes grupos de interés y Mexichem.
- **Creación de Valor Compartido:** Crear valor económico para la empresa a través de la creación simultánea de valor para la sociedad. Se materializa mediante el aprovechamiento de oportunidades que incrementen el valor que la empresa le entrega a la sociedad a través de su modelo de negocios, partiendo de un relacionamiento constante con los grupos de interés para conocer sus necesidades y expectativas.
- **Proyecto de Inversión Social:** Proyectos orientados a mejorar la productividad, competitividad y rentabilidad de la empresa a través de la transformación de situaciones o condiciones sociales, económicas y ambientales, la gestión de posibles impactos negativos y el aprovechamiento de las oportunidades en los territorios y comunidades en donde hay operaciones.
- **Licencia social:** Se refiere al nivel de aceptación por parte de las comunidades que le permita a la empresa llevar a cabo sus operaciones bajo un diálogo entre la empresa y la comunidad mediante la gestión integrada de riesgos e impactos y la materialización de oportunidades.

Guía Corporativa para el Relacionamiento con Comunidades y Ejecución de Proyectos de Inversión Social

- **Entorno competitivo:** Desarrollo social de la comunidad vecina que directa o indirectamente benefician a la empresa, tales como: mejores condiciones de seguridad, personal más calificado y proactivo, mejor relación con la autoridad y los medios y desarrollo de consumidores potenciales.

3. DECLARACIONES

Los principios y valores corporativos de Mexichem, consignados en su Código de Ética, fundamentan la necesidad de que toda operación local contribuya al desarrollo, bienestar y mejoramiento de las comunidades en los territorios de operación.

La relación empresa–comunidad debe constituirse en una ventaja competitiva, representada en mejores condiciones y capacidades de operación, reducción de riesgos de seguridad y de reputación, y aseguramiento de condiciones institucionales (gobierno, infraestructura, etc.) para la competitividad y la continuidad de la operación empresarial. Debe promover oportunidades de desarrollo para las comunidades, representadas en opciones de empleo y trabajo, inversión social que apoye el desarrollo sustentable y ciudadanía corporativa para la mejora de la gobernabilidad.

Mexichem buscará crear valor compartido con sus comunidades vecinas en los distintos ámbitos de oportunidad que se identifiquen y resulten de interés estratégico, como son el agua y la educación. Se debe entender que la relación con la comunidad es de largo plazo y debe ser gestionada de manera permanente.

La implementación de estos criterios busca obtener los siguientes beneficios para Mexichem:

- **Relación de buen vecino.** El buen manejo de las relaciones legales y sociales de la empresa con las comunidades constituye un apoyo para realizar operaciones que son la base del negocio. Respetando las disposiciones legales y cumpliendo los acuerdos sociales, se asegura la continuidad y competitividad de la empresa y de cada una de sus plantas y operaciones.
- **Mantenimiento de las condiciones normales de operación.** Las condiciones y características de los territorios de operación inciden en la eficiencia, oportunidad, calidad y control del desempeño de cada operación. La gestión de las relaciones con las comunidades permite enfocarse en el mejoramiento continuo de los factores que inciden de manera directa en el desempeño de la operación.
- **Gestión de los riesgos operacionales y de reputación.** Los posibles impactos sociales, económicos y ambientales de las operaciones pueden originar riesgos afectando tanto a la operación en sí misma como a la reputación general de la empresa. La adecuada gestión de estos impactos, positivos o negativos, hace parte de las relaciones que la empresa debe manejar con las comunidades.

4. RESPONSABILIDADES EN LA EJECUCION DE PROYECTOS:

4.1	Director Global de Comunicaciones y Responsabilidad Social.	4.1.1	Propone criterios y prioridades estratégicas en lo relativo a las oportunidades de creación de valor compartido.
		4.1.2	Gestiona la validación de estas orientaciones y su aprobación o modificación por la Vicepresidencia Corporativa de Capital Humano.

Guía Corporativa para el Relacionamiento con Comunidades y Ejecución de Proyectos de Inversión Social

	Gerente Regional Responsabilidad Social.	4.1.3	Propone criterios y prioridades estratégicas en lo relativo a las oportunidades de creación de valor compartido, acompaña y hace seguimiento a los programas y proyectos. Reporta avances y resultados a Director Global de Comunicaciones y Responsabilidad Social.
4.2	Responsable Local de Relaciones con la Comunidad. (RH)	4.2.1	Identifica a los principales grupos de interés externos y sus máximos representantes, respondiendo las preguntas de la guía en el Anexo 1.
		4.2.2	Mapea los diferentes grupos de interés externos siguiendo el formato del Anexo 1 e identifica sus necesidades.
		4.2.3	Comunica los resultados del análisis al equipo gerencial local y promueve la identificación de proyectos de inversión social que: <ul style="list-style-type: none"> • Reduzcan o mitiguen impactos negativos identificados en el análisis. • Incrementen la capacidad social. • Generen mejores condiciones para las operaciones de la empresa transformando situaciones sociales, económicas y/o ambientales. • Sean realizables en alianza con gobiernos y poblaciones vecinas, incluyendo en lo posible otras empresas y/o ONGs.
4.3	Responsable Local de Relaciones con la Comunidad.	4.3.1	Presenta al Gerente del Sitio y al Gerente Regional de Responsabilidad Social las iniciativas de intervención e inversión social diseñadas para la creación de valor compartido.
4.4	Responsable Local de Relaciones con la Comunidad.	4.4.1	Establece y ejecuta, conjuntamente con el líder respectivo, el plan de trabajo para la ejecución de proyectos.
4.5	Presidente de Negocio a nivel regional o Global de acuerdo al caso.	4.5.1	Autoriza los recursos requeridos para la ejecución del (los) proyecto(s) seleccionado(s).
4.6	Responsable Local de Relaciones con la Comunidad.	4.6.1	Monitorea continuamente la ejecución del (los) proyecto(s) de acuerdo con el plan de trabajo validado por el líder respectivo.
		4.6.2	Prepara y presenta reportes a Recursos Humanos, Gerencia Local y Gerencia Regional de Responsabilidad Social. El

Guía Corporativa para el Relacionamiento con Comunidades y Ejecución de Proyectos de Inversión Social

			reporte final debe contar con un registro fotográfico o en video, entrevistas testimoniales y evidencias del trabajo desarrollado.
		4.6.3	Desarrolla una evaluación posterior a la conclusión del proyecto, sobre las percepciones de los principales grupos de interés externos beneficiados.
		4.6.4	Reporta los resultados de la evaluación al Gerente de Sitio y Gerente Regional de Responsabilidad Social.

ANEXO 1

Identificación de los Grupos de Interés Externos Locales

(Todos aquellos grupos que se ven afectados o pueden afectar directa o indirectamente el desarrollo de la actividad de la empresa)

El Responsable de Relaciones con la Comunidad debe reunir al Gerente de Sitio y al menos tres colaboradores de Mexichem más, que hayan laborado en el sitio por al menos 3 años y que tengan un buen conocimiento de la comunidad y sus organizaciones (gubernamentales y no gubernamentales).

Este equipo tendrá una sesión de trabajo para:

- 1. Identificar los grupos de interés externos locales.** Algunos ejemplos de grupos de interés externos son: vecinos de la operación, vecinos de las vías de comunicación, instituciones académicas, familiares de los empleados, gobierno local, organizaciones de la sociedad civil o no gubernamentales, autoridades morales o líderes de opinión, guías espirituales, medios de comunicación, clientes, proveedores, distribuidores, consumidores y contratistas. Para identificar a los grupos de personas u organizaciones que los componen, se sugiere realizar las siguientes preguntas:
 - a) ¿Quién podría verse afectado o beneficiado por las decisiones o actividades de la operación del sitio?
 - b) ¿Quién es más probable que exprese sus inquietudes acerca de las decisiones y actividades de la operación del sitio?
 - c) ¿Quién estuvo involucrado en el pasado cuando fue necesario atender inquietudes similares?
 - d) ¿Quién puede afectar la capacidad de la organización para cumplir con sus responsabilidades o conseguir sus metas?
 - e) ¿Quién quedaría desfavorecido si se le excluyera del involucramiento?
 - f) ¿Cuáles son las necesidades o expectativas de los grupos de interés identificados?
- 2. Para cada grupo de interés listado, identificar a sus máximos representantes.** Por ejemplo: un líder comunitario o un reconocido líder de opinión. Un grupo de interés puede tener a más de un representante.
- 3. Calificar la capacidad de incidencia que cada grupo de interés tiene sobre Mexichem y viceversa** siguiendo la siguiente escala:
 - 1: Débil.** El grupo de interés puede emitir quejas o sugerencias, pero no tiene la capacidad de organización o convocatoria para poder alterar las operaciones de la empresa.
 - 2: Medio.** El grupo de interés tiene la capacidad de sumar a otros grupos de interés para alterar las operaciones de la empresa.
 - 3: Fuerte.** El grupo de interés por sí mismo tiene la capacidad de alterar las operaciones de la empresa.
- 4. Identificar si existen relaciones entre los grupos de interés listados.** Estas relaciones deben de ser clasificadas en “buenas”, cuando ambos grupos de interés pueden fácilmente unirse buscando el mismo

Guía Corporativa para el Relacionamiento con Comunidades y Ejecución de Proyectos de Inversión Social

objetivo, o “malas”, si es muy poco probable que los dos grupos de interés se unan para buscar un objetivo en común.

5. **Establecer si el diálogo o contacto con los grupos de interés suele ser directo o indirecto y en caso de no existir un canal de comunicación, definirlo.** El diálogo es directo cuando se tiene contacto con un líder o representante del grupo de interés y es indirecto cuando se hace a través de un tercero, por ejemplo, una ONG.

La información recopilada se registrará en una tabla similar a la siguiente:

Tabla de Identificación de Grupos de Interés Externos					
Fecha de elaboración:					
Elaborado por:					
Sitio:					
Nombre del grupo de interés	Representantes del grupo	Calificación de capacidad de incidencia	Relaciones con otros grupos	Contacto directo o indirecto	Canal de Comunicación definido para el grupo de interés