

Seminarios Miércoles del exportador

Interpretación de los principios de RSC (ISO 26000)

Lima, 13 de mayo de 2026

**Diego Alonso
Avalos Laos**

avaloslaos@gmail.com

1

Objetivos



Objetivos

- Sensibilizar a los participantes en temas de sostenibilidad.
- Conocer la importancia de la RSC en las organizaciones.
- Presentar herramientas de comunicación de sostenibilidad.
- Mejorar la gestión de sostenibilidad del sector empresarial.



2 Contexto

Organic fabrics made in Spain by Poveda Textil



ecoFABRICS



ecoFABRICS

Se prevé que el comercio mundial del algodón crecerá de manera constante, a una tasa de 1.6% anual, para alcanzar 12.3 Mt para 2034.

A photograph of a man in a supermarket. He is wearing a dark blue jacket over a white shirt and dark trousers. He is smiling and looking at a smartphone in his right hand. He is pushing a white shopping cart with orange handles. The background shows supermarket shelves and other people, slightly out of focus.

Empoderamiento del consumidor

Hoy los consumidores están interesados en saber todo sobre las empresas, desde cómo se relacionan con sus proveedores, cuáles son políticas de responsabilidad social y sus procesos de producción. Según el estudio [Transparency Trends: Omnichannel Grocery Shopping from the Consumer Perspective](#) (2020), llevado a cabo por Label Insight, el 81 % de compradores dice que la transparencia es “importante” y “extremadamente importante” en sus decisiones de compra.

Conexión Esan el 22 Junio 2022

FAST FASHION

7 billones de personas consumen más de **100 billones de prendas**, la gran mayoría se desecha sin ser reciclada



La moda genera **20% del desperdicio total de agua** a nivel global




La producción de ropa y calzado produce **8% de los gases de efecto invernadero**



Confeccionar un par de jeans requiere **7,500 litros de agua**, equivalente a lo que una persona promedio bebe en siete años

En el Reino Unido, fueron los pioneros en estas tendencias. Desde el 2000 toma auge la moda sostenible y ha venido en crecimiento, tanto así que en 2015 un estudio de Nielsen aseguró que un 66% de la población millennial mundial se muestra dispuesta a comprar piezas con la etiqueta sostenible a pesar de tener que pagar más.

<https://ciclosiete.com/noticias/moda-sostenible-que-es-y-como-ayuda-al-planeta/>



Acuicultura sostenible

Se espera que en 2030 proporcione el 60% del pescado disponible para el consumo humano. Considerando que la industria tiene una huella de carbono y un índice de conversión alimenticia (FCR) bajos, la convierte en un modelo sólido de cómo se deben cultivar las proteínas en el futuro.

(Fuente: 'El estado mundial de la pesca y la acuicultura', FAO 2018)

Agricultura sostenible



Se estima que para el 2050, el mundo tendrá que producir un 70% más de alimentos para así atender a un aproximado de 9000 millones de personas.

<https://www.bancomundial.org/es/topic/climate-smart-agriculture>





Retos



4 Primeros Alcances



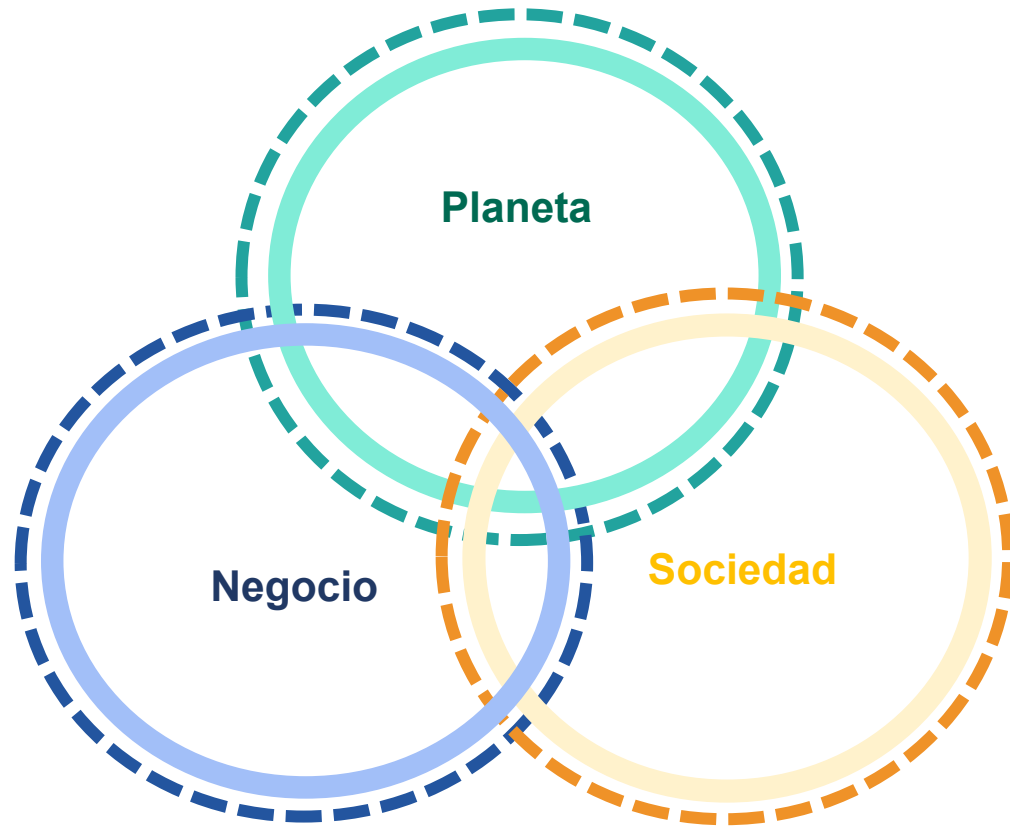
La sostenibilidad o el desarrollo sostenible

Aterricemos el concepto

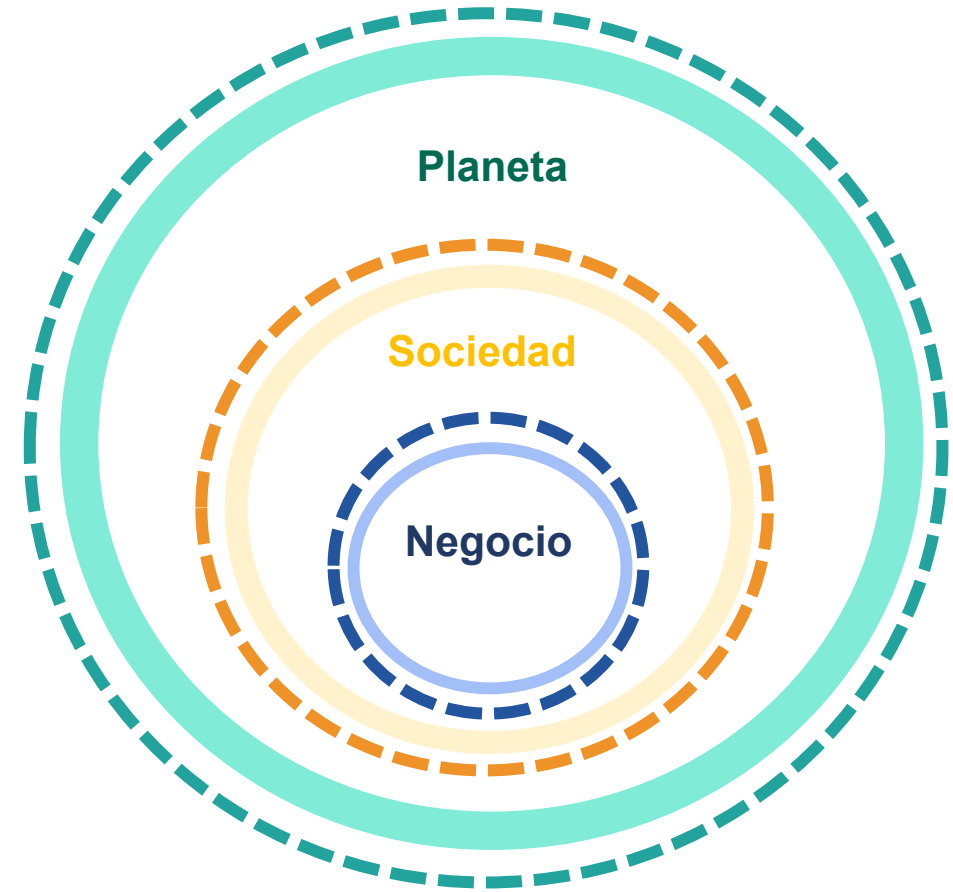
Es el desarrollo capaz de satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades.”

Fuente: Objetivos de Desarrollo Sostenible, Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (2018)

Organizaciones conscientes de sus impactos



Visión Tradicional



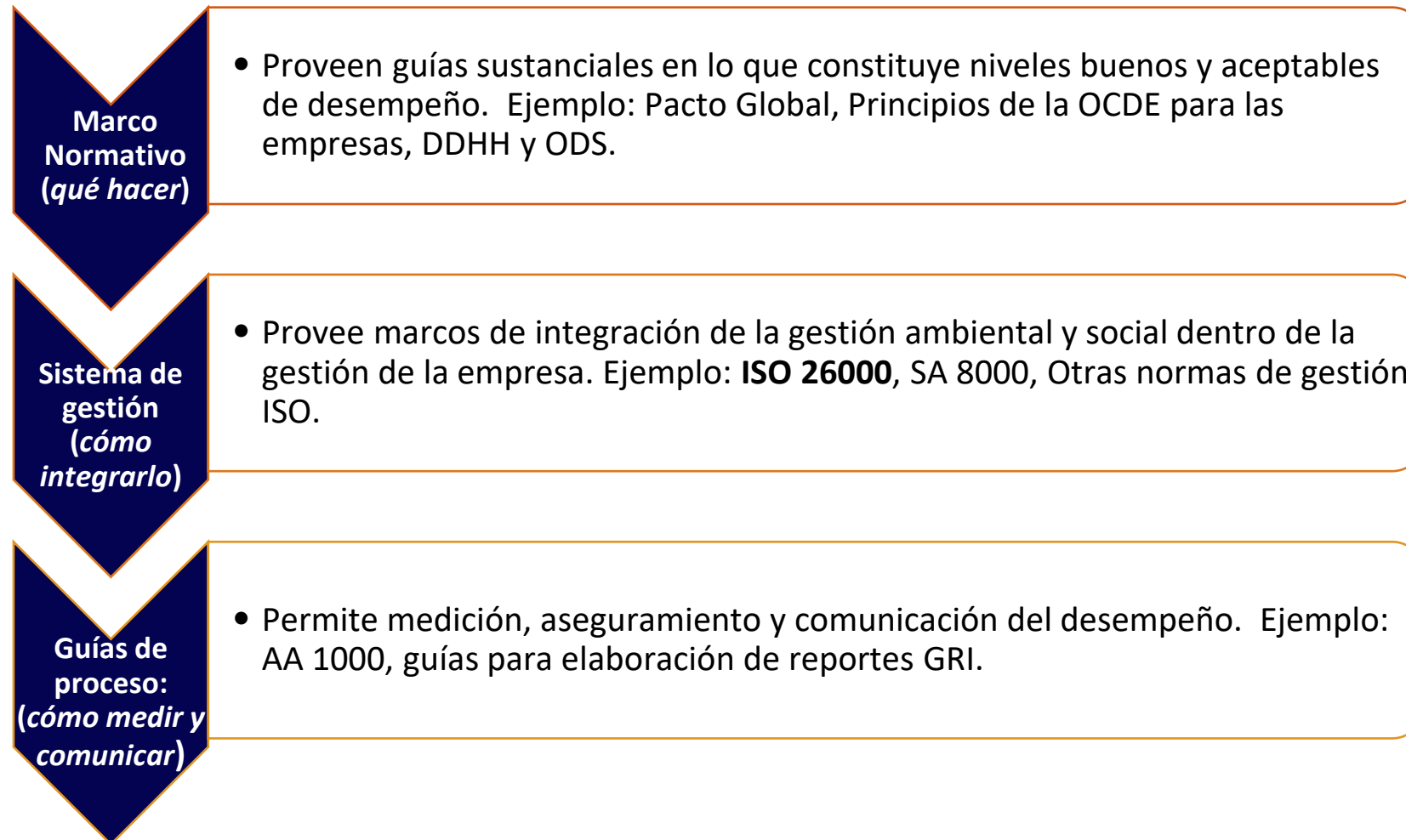
Visión Consciente

Alcances de una economía circular



5 Marco jurídico

Estándares vinculados



Marco Normativo



Marco nacional

OBJETIVO PRIORITARIO 9

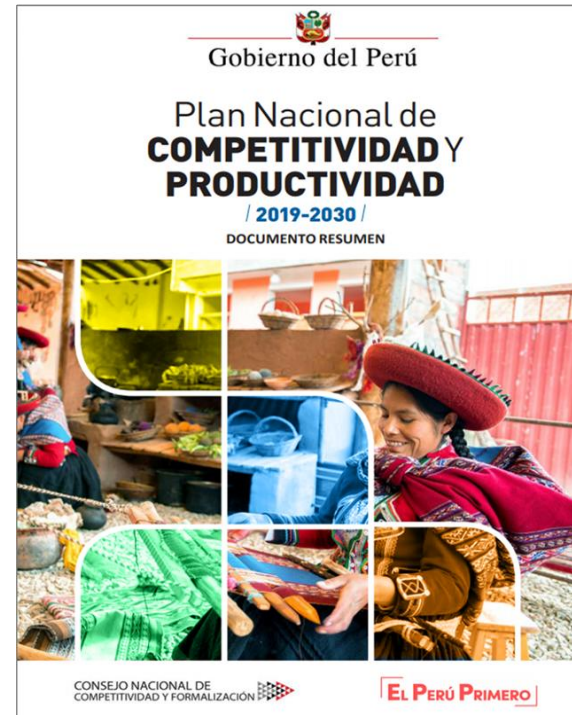
1.- Generar las condiciones para el tránsito hacia una Economía Circular

2.- Crear capacidades e instrumentos para la gestión de la puesta en valor de los recursos naturales y los servicios eco sistémicos; para la promoción de nuevos mercados

3.- Generar soluciones sostenibles y más limpias para el desarrollo productivo en sectores de alto impacto de la economía nacional

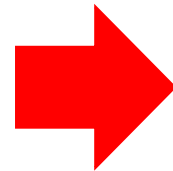


- Protección de la biodiversidad
- Desarrollo competitivo, inclusivo y sostenible



Plan Nacional de Competitividad y Productividad

Marco nacional



PILARES

- 1
Internacionalización de la empresas y diversificación de mercados
- 2
Desarrollo de la oferta exportable diversificada, competitiva y sostenible
- 3
Facilitación del comercio exterior y eficiencia de la cadena logística internacional
- 4
Generación de capacidades para la internacionalización y consolidación de una cultura exportadora



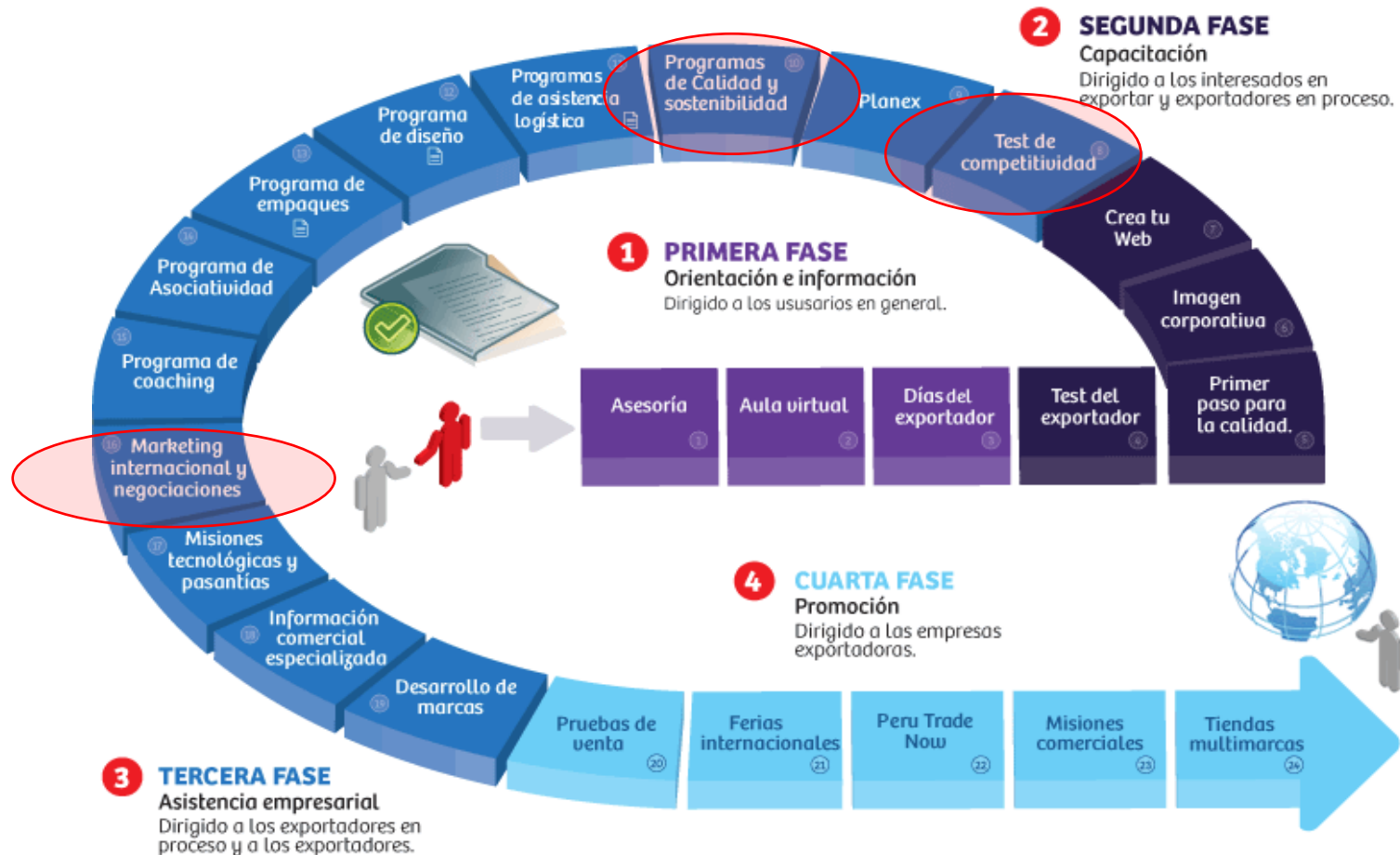
PERÚ

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

RUTA EXPORTADORA

Camino a su internacionalización.

La ruta exportadora



¿Qué es la Responsabilidad Social Corporativa?

“La responsabilidad de una organización, en relación con los impactos de sus decisiones y actividades en la sociedad y el medio ambiente, a través de un comportamiento transparente y ético que:

- *Contribuya al **desarrollo sostenible**, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad.*
- *Tenga en cuenta las expectativas de las **partes interesadas**.*
- ***Cumpla con la ley** aplicable y sea consistente con las normas internacionales de comportamiento.*
- *Esté **integrado** en toda la organización y se lleve a la práctica en sus relaciones.*
- *Permita **satisfacer**, mediante el desarrollo sostenible, las **necesidades** de la sociedad viviendo dentro de los límites ecológicos del planeta y sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus necesidades”.*

ISO 26000



Características de la Responsabilidad Social Corporativa

Las expectativas de la sociedad

El rol de las partes interesadas

Integración de la responsabilidad social.

Relación entre la responsabilidad social y desarrollo sostenible





Herramientas de gestión

6.1

¿Cómo inicio el diagnóstico de mi empresa?

¿Cómo inicio el diagnóstico de mi empresa?

1. GRUPOS DE INTERÉS

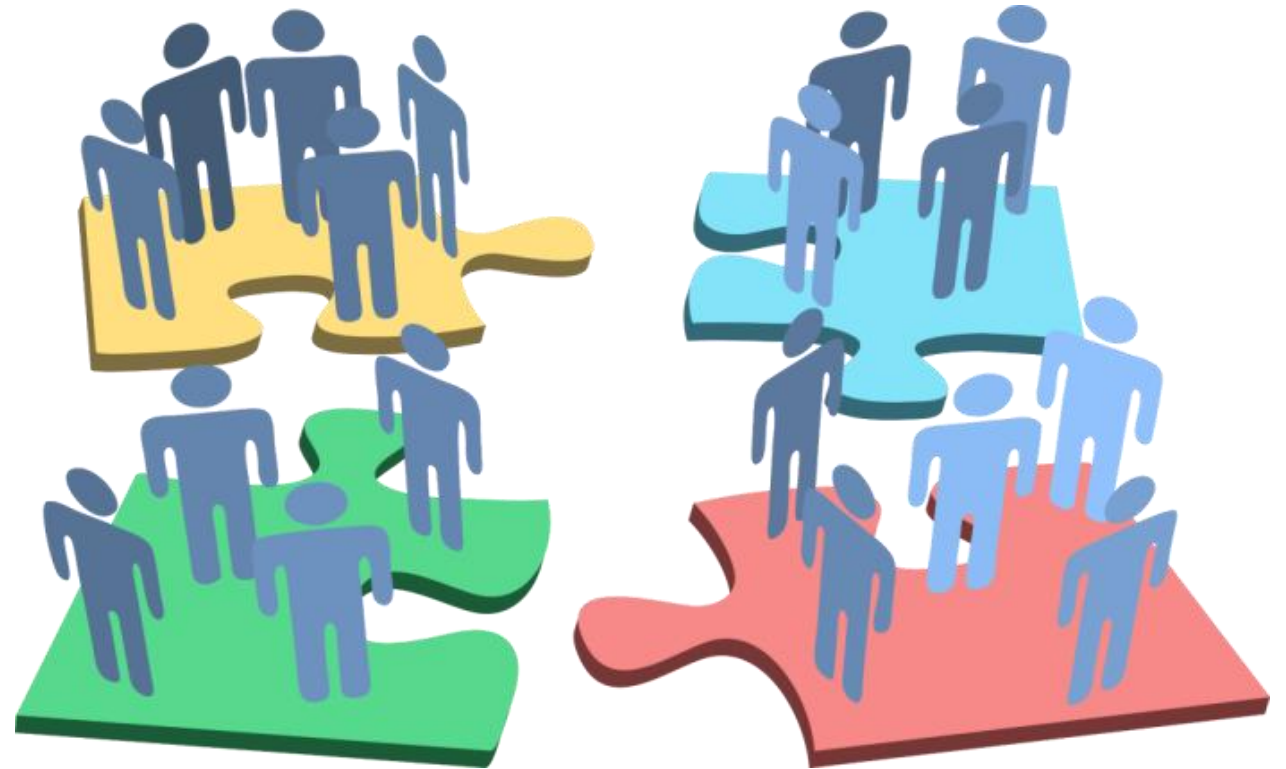
Son aquellos individuos, grupos de individuos u organizaciones que afectan y/o pueden ser afectados por las actividades, productos o servicios y desempeño asociados a una organización.

AA1000 AS: Norma de relacionamiento con los grupos de interés.



Mapeo de Grupos de Interés (Stakeholders)

- El mapeo de los grupos de interés es un proceso estratégico utilizado para identificar y analizar a las personas, grupos o entidades que tienen un interés en un proyecto o iniciativa empresarial.
- Su objetivo es comprender las perspectivas, la influencia y el impacto potencial de los grupos de interés en el éxito del proyecto.



Mapeo de Grupos de Interés (Stakeholders)

- Al clasificar y priorizar a los grupos de interés, las organizaciones pueden adaptar sus estrategias de comunicación y participación para garantizar que se atienden adecuadamente sus necesidades y preocupaciones.
- En corto, el mapeo de los grupos de interés es la piedra angular que le ayudará a optimizar el compromiso a través de perspectivas estratégicas.
- Si no identificas y mapeas a las personas u organizaciones que pueden influir en tu proyecto, puedes asignar recursos valiosos en lugares equivocados. Se pueden aumentar costos y en casos extremos, dañar la imagen corporativa.



Mapeo de Grupos de Interés (Stakeholders)

Mapa de grupos de interés:

Un mapa de grupos de interés es una instantánea de su panorama de grupos de interés en un momento dado. Suele representarse como un gráfico con 2 ejes divididos en 4 cuadrantes:

- El eje x representa el nivel de poder o influencia de un grupo de interés sobre el proyecto.
- El eje Y indica su nivel de interés en el proyecto.

Cada cuadrante del mapa requiere una estrategia de compromiso diferente. La posición de un grupo de interés en el mapa determinará la forma de relacionarse con él, incluida la intensidad y la frecuencia de la interacción.

Si reubica periódicamente a sus grupos de interés, podrá ver cómo cambian sus posiciones a lo largo del proyecto. Esto le permitirá modificar en consecuencia sus estrategias de relación con los grupos de interés.



¿Cómo inicio el diagnóstico de mi empresa?

2. Principios de Responsabilidad Social Corporativa



Temas y contenidos de la Sostenibilidad



Económico

- Desempeño económico
- Presencia en el mercado
- Consecuencias económicas indirectas
- Prácticas de adquisición
- Anticorrupción
- Competencia desleal



Ambiental

- Materiales
- Energía
- Agua
- Biodiversidad
- Emisiones
- Efluentes y residuos
- Cumplimiento regulatorio ambiental
- Evaluación ambiental de los proveedores

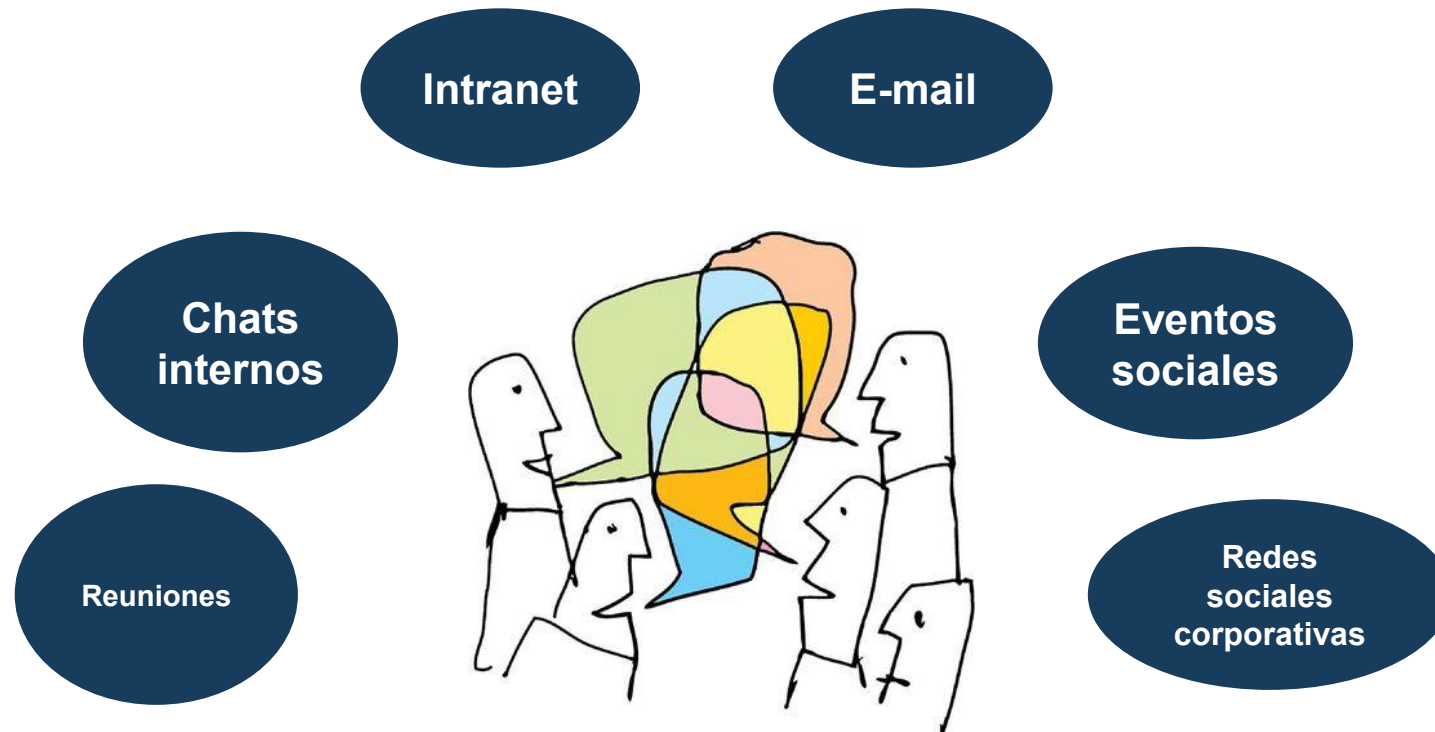


Social

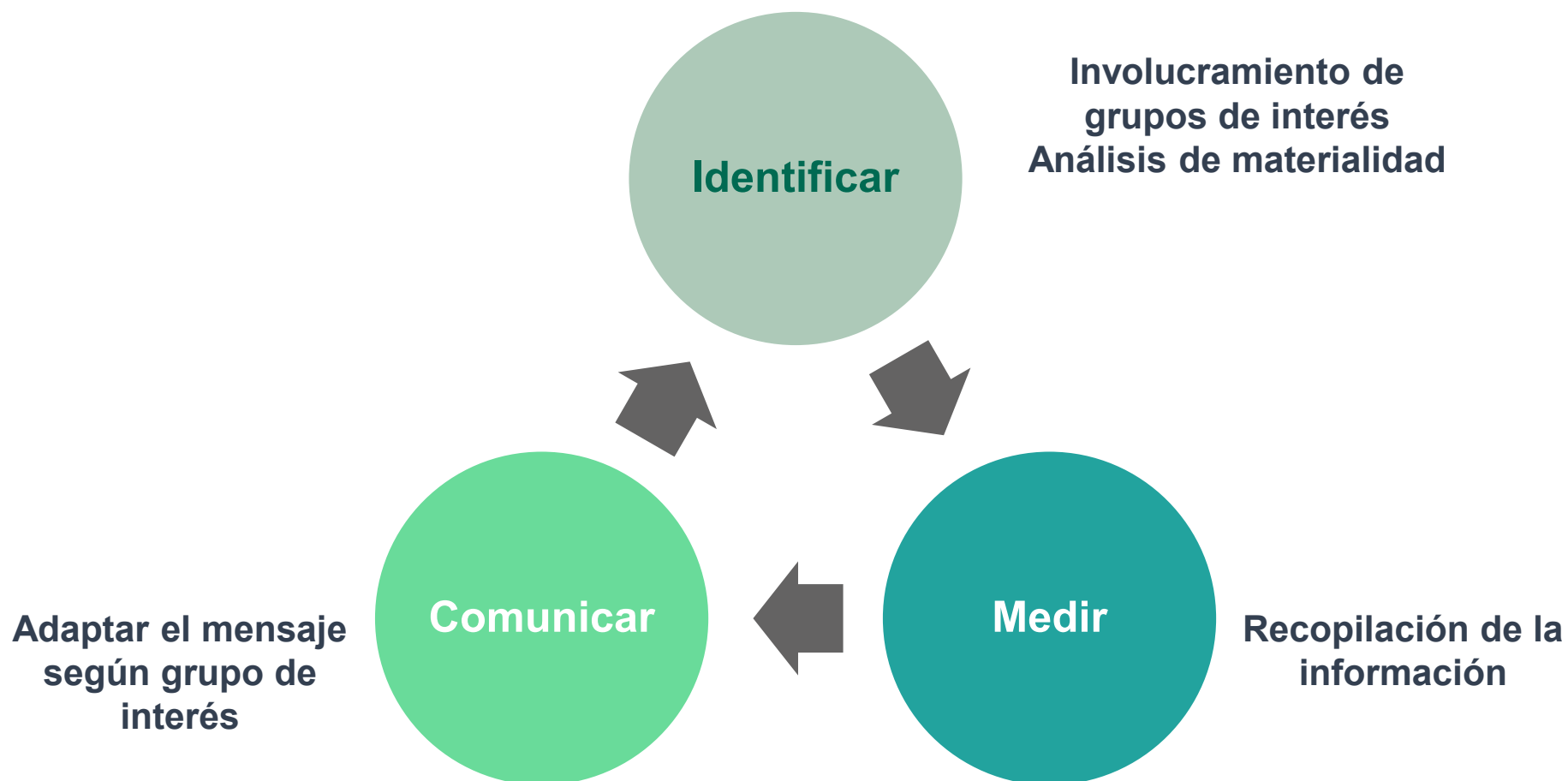
- Empleo
- Relaciones entre los trabajadores y la dirección
- Salud y seguridad en el trabajo
- Formación y educación
- Diversidad e igualdad de oportunidades
- Inversión (DDHH)
- No discriminación
- Libertad de asociación

¿Cómo inicio el diagnóstico de mi empresa?

3. Definiendo canales de diálogo



¿Cómo se hace una adecuada gestión de la sostenibilidad?



6.2

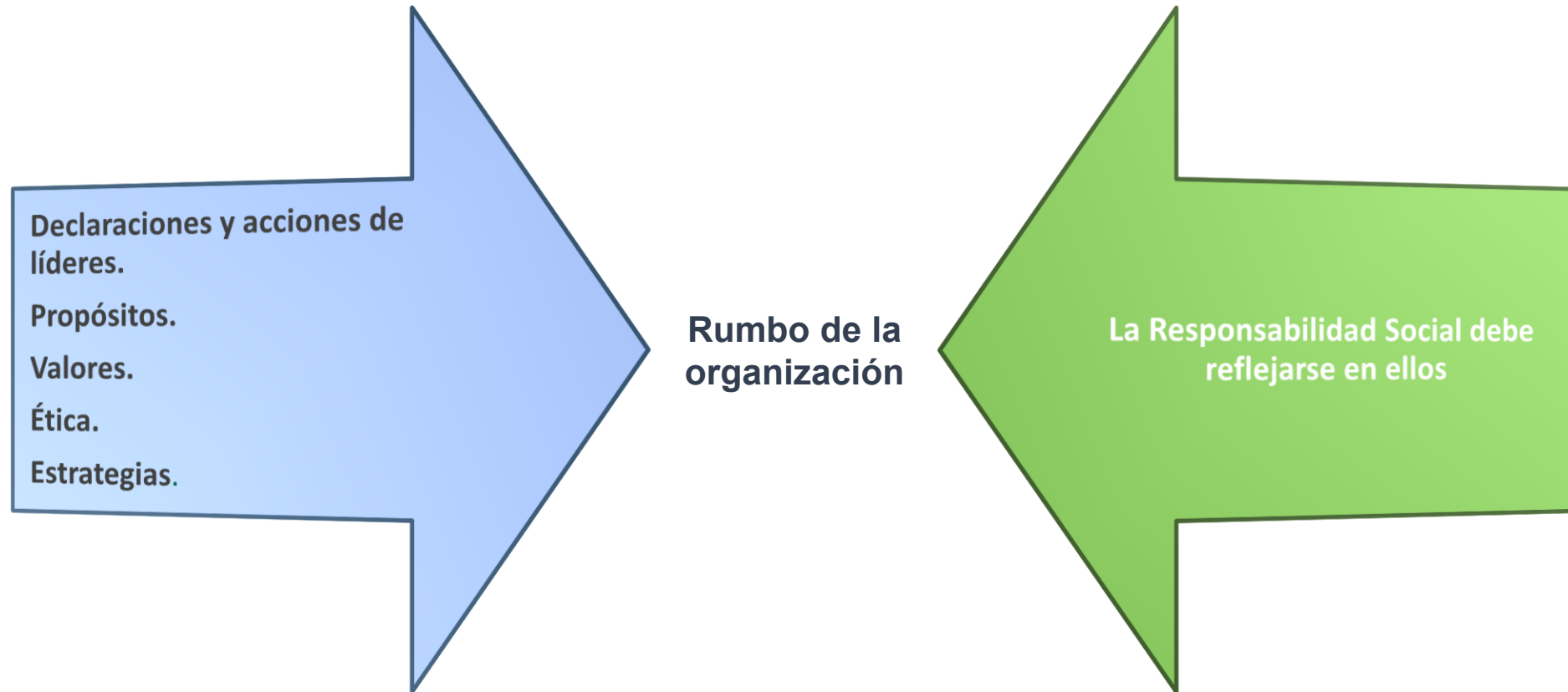
**¿Cómo establezco una correcta
gestión interna?**

1. La política de sostenibilidad

Las políticas y normas que integran el Sistema de **gobernanza** son una **directriz** establecida para orientar las **ideas** y las **acciones** de una empresa en pro de la consecución de objetivos relativos a la sostenibilidad.

Es un documento y un norte estratégico que establece lineamientos integrales, dentro de la Institución, para implementar acciones de impacto positivo sobre el medio **ambiente, la sociedad y la economía.**

MARCO NORMATIVO INTERNO



RESPONSABILIDAD SOCIAL: Parte integral de políticas, cultura, estrategias, estructuras y operaciones de la organización

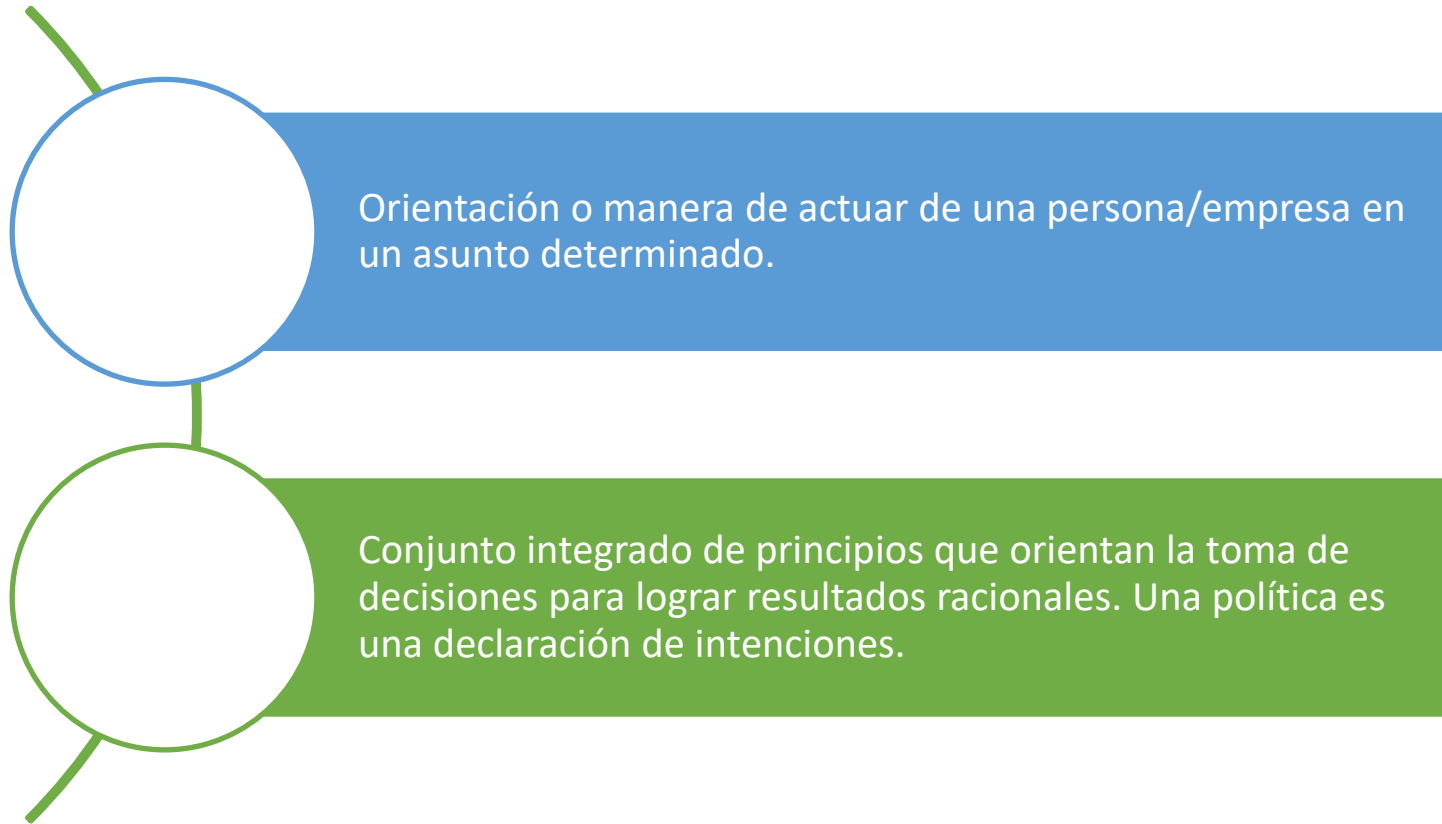
Estableciendo un Marco Normativo Interno



Alineado con:
Objetivos de la empresa.
Otras políticas de la empresa.
Misión y Visión de la empresa.

RSE como elemento de la estrategia de la organización.

Política de sostenibilidad



Debe considerar ...

Integración con misión / visión / propósito / objetivos estratégicos / otra política (como la de calidad), según lo que tenga la empresa.

Principios de responsabilidad social:

- Rendición de cuentas.
- Transparencia.
- Comportamiento ético.
- Respeto a los intereses de las partes interesadas / grupos de interés.
- Respeto al principio de legalidad.
- Respeto a la normativa internacional de comportamiento.

Objetivos estratégicos de relación con los grupos de interés

- Los que deben estar en el informe sobre las partes interesadas)

Temas materiales

- Los seleccionados que se encuentran en el informe de pertinencia e importancia

Política de SOSTENIBILIDAD



En INDUPALMA promovemos el **Desarrollo Sostenible** de forma transversal en todos los procesos, por cuanto se relaciona con la estrategia ambiental, de control de impactos y protección de biodiversidad, como también con el compromiso social, de promover el bienestar de las comunidades del área de influencia, así como la seguridad y bienestar de los trabajadores, asociado al desarrollo económico de la compañía y de los territorios donde operamos.



Trabajamos para garantizar que nuestra producción y comercialización está en línea con los compromisos de impacto en:



DESARROLLO ECONÓMICO

- Trabajamos con las partes interesadas.
- Cumplimos leyes y normas.
- Desarrollamos procedimientos operativos estandarizados.
- Aplicamos Buenas Prácticas agrícolas, sociales y ambientales.

- Prohibimos el trabajo infantil, el acoso y la discriminación.
- Respetamos los derechos humanos.
- Velamos por la seguridad y salud de los trabajadores.
- Capacitamos a las partes interesadas

LAS PERSONAS



MEDIO AMBIENTE

- Mitigamos impactos sociales y ambientales.
- Protegemos áreas con Alto Valor de Conservación, así como plantas y animales silvestres.
- Prohibimos la caza, la tala y las quemas.

¿Qué es una política de sostenibilidad?

Nombre de la organización

Somos la empresa (**nombre de la organización**), nos dedicamos a (**describir el sector**) , tenemos (**visión y misión**).

Entre nuestros principales características está el ser (**comentar acerca de los logros ventajas**).

Como empresa, participante del programa TFO, con Promperú encontramos que tenemos similitudes en nuestras políticas con los siguientes principios de la RSE: (**enumerar y comentar por principio**).

Como empresa líder en (**comentar**) buscamos generar alianzas con nuestros grupos de interés mediante (**listar principales acciones: convenios con productores para conservación de la biodiversidad, alianza con universidad para contratación de practicantes, formalización de trabajadores, obtención de alguna certificación para un mercado específico, generación de puestos de trabajo, cumplimiento de ley de SST...**).

Nos comprometemos a planificar y mejorar la gestión de la sostenibilidad con el apoyo a un Plan de Sostenibilidad que nos permitirá cumplir con los compromisos que la ISO 26 000 recomienda.

LOGO

FOTOS / LOGOS / INFO

Política de sostenibilidad

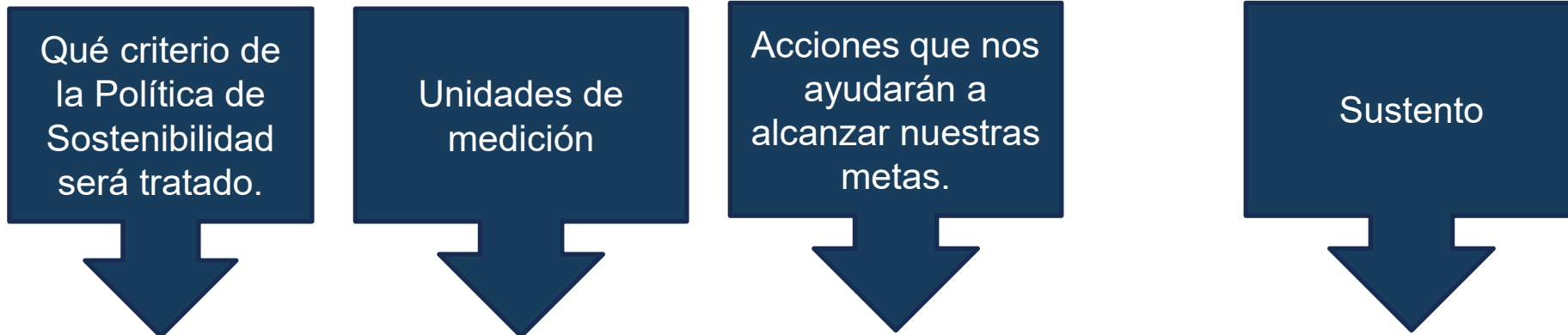
Características de la comunicación:



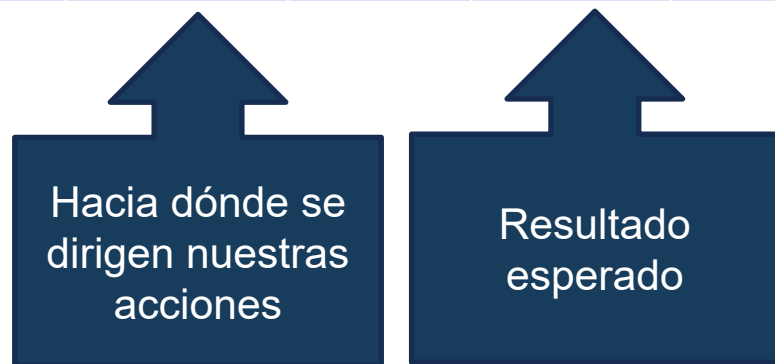
Indicador: Gobernanza de la Organización

N°	Política	Objetivo	Indicador	Meta	Actividad	Responsables	Frecuencia	Evidencia	Plazo de ejecución	Inversión (S/.)
1.1	Cumplimiento de principios corporativos	Implementación del ISO 26000 dentro de la compañía.	Mejorar el cumplimiento de criterios dentro de la autoevaluación de temas materiales	Lograr la integración de todas las áreas de la empresa de acuerdo a los criterios del ISO 26000	Realizar "Políticas de Sostenibilidad", documento que pueda ser compartida de manera interna.	Gerente comercial / Asistente administrativo.	Bianual	Autoevaluación/ Registro de capacitaciones	Jul/Dic	250.00
1.2			Incremento en el flujo de comunicación y contacto con las "Partes Interesadas". Posts, alcance de personas en las publicaciones.	Asegurar una comunicación efectiva con todas las partes interesadas de la empresa.	1. Establecer canales de comunicación..	Gerente comercial / Asistente administrativo.	Bianual	Email /Capacitaciones /Periódico mural.	Jul/ Dic	250.00

2. El Plan de sostenibilidad



N°	Política	Objetivo	Indicador	Meta	Actividad	Responsables	Frecuencia	Evidencia	Plazo de ejecución	Inversión (S/.)
1.1										





Los Reportes de Sostenibilidad

¿En qué beneficia a las empresas reportar sus acciones?

Gestión interna

- ✓ Cerrar brechas en la gestión
- ✓ Identificar fortalezas y debilidades
- ✓ Motivación de empleados
- ✓ Transparencia de información para la toma de decisiones
- ✓ Fortalecer los sistemas de gestión

Gestión externa

- ✓ Comunicar lo que se viene trabajando y sus mejoras
- ✓ Fortalecer relaciones con grupos de interés
- ✓ Usar lenguaje común con los clientes
- ✓ Atraer a potenciales clientes y capital

¿Qué es un reporte GRI?

GRI es una organización **internacional e independiente** que provee el **lenguaje común global** para la transparencia corporativa.

Ayuda a empresas y organizaciones a comunicar sus **impactos de sostenibilidad**.

Es el marco de reporte de sostenibilidad más adoptado a nivel mundial – el cual es **ofrecido gratuitamente** como un **bien público**.

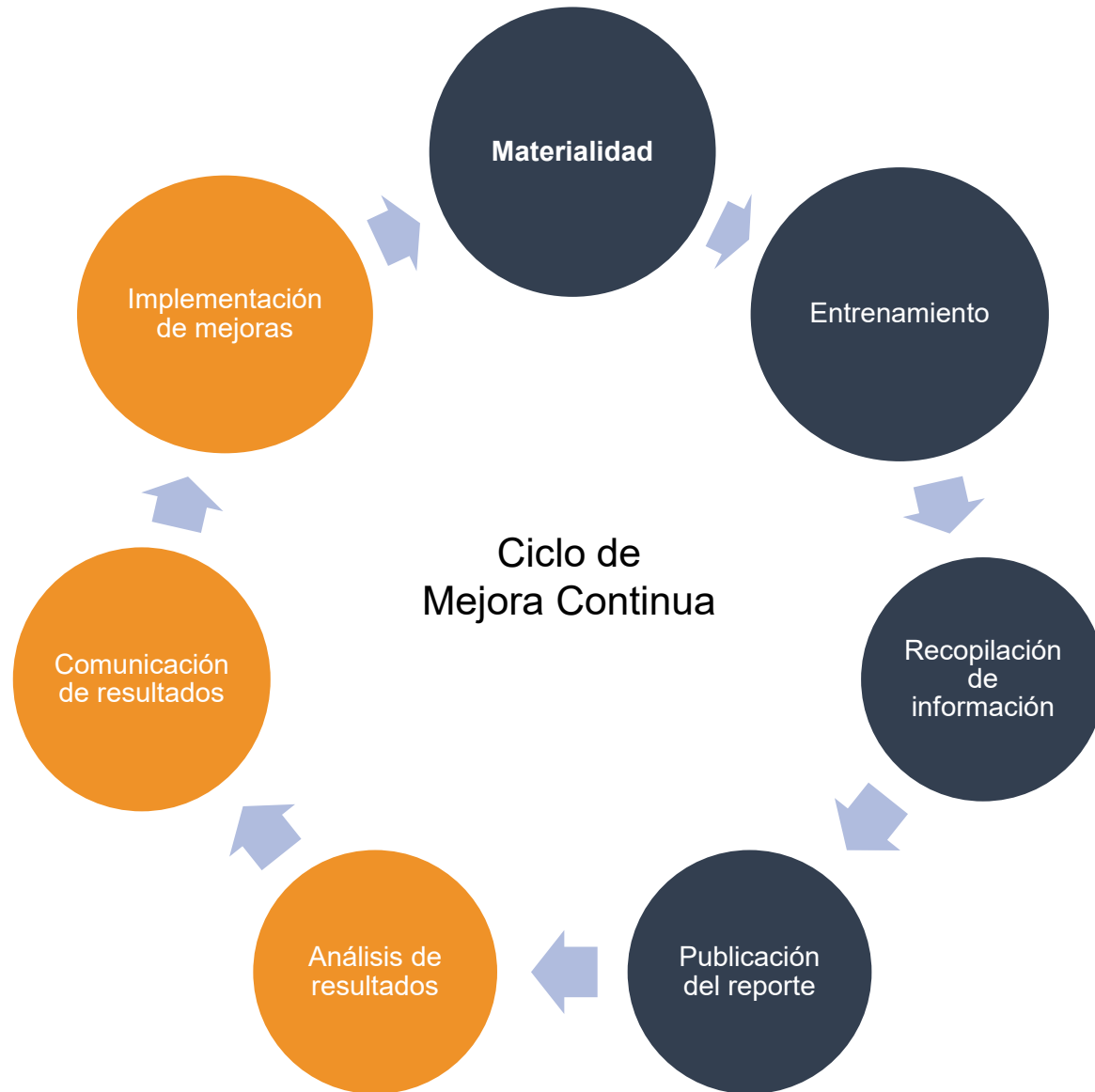
Los Estándares GRI para la elaboración de reportes de sostenibilidad



<http://bit.ly/estandaresgriespanol>

Mostrar GRI

El ciclo de mejora continua



1. **Se priorizan los temas** según tamaño, sector, ubicación geográfica, y grupos de interés.
2. **Se capacita y acompaña a las empresa** en la elaboración de su reporte de sostenibilidad GRI.
3. Empresas **recopilan la información** de todos los temas materiales involucrando a toda la empresa.
4. Las empresas **publican su reporte de sostenibilidad** y son reconocidas en evento.

7 Conclusiones

Conclusiones

