



CULTURA  
SOSTENIBLE



# La estrategia de RSE en las empresas exportadoras

Caridad Maldonado A.  
Especialista en Comercio Sostenible  
[cmaldonado@promperu.gob.pe](mailto:cmaldonado@promperu.gob.pe)

Lima, 22 de marzo 2023

## Objetivo

- Sensibilizar a los participantes en temas de sostenibilidad.
- Conocer la importancia de la RSE en las organizaciones
- Presentar herramientas de comunicación de sostenibilidad.
- Mejorar la gestión de sostenibilidad de las cadenas de valor de la macro región oriente.

# I. Contexto







# Empoderamiento del consumidor

**61%**  
de los consumidores  
chinos dicen **que ser  
transparentes** sobre el  
producto y la información  
de producción **mejora sus  
impresiones de una  
empresa/marca**

*Base: China: 1200 usuarios de Internet de 18 a 59 años  
Fuente: [KuRunData/Mintel](#), mayo de 2021*

CULTURA  
SOSTENIBLE 



# control en las decisiones de compra

"Más allá de la salud, buscamos opciones más personalizadas para satisfacer nuestros deseos de alimentos y bebidas en cuanto a gusto, estilo de vida y necesidades de conveniencia".

David Faulkner

# Conciencia de la existencia de la biodiversidad

**78%**  
de los consumidores en Francia, UK, Alemania, Brasil dicen haber oído acerca de la biodiversidad durante el 2020.

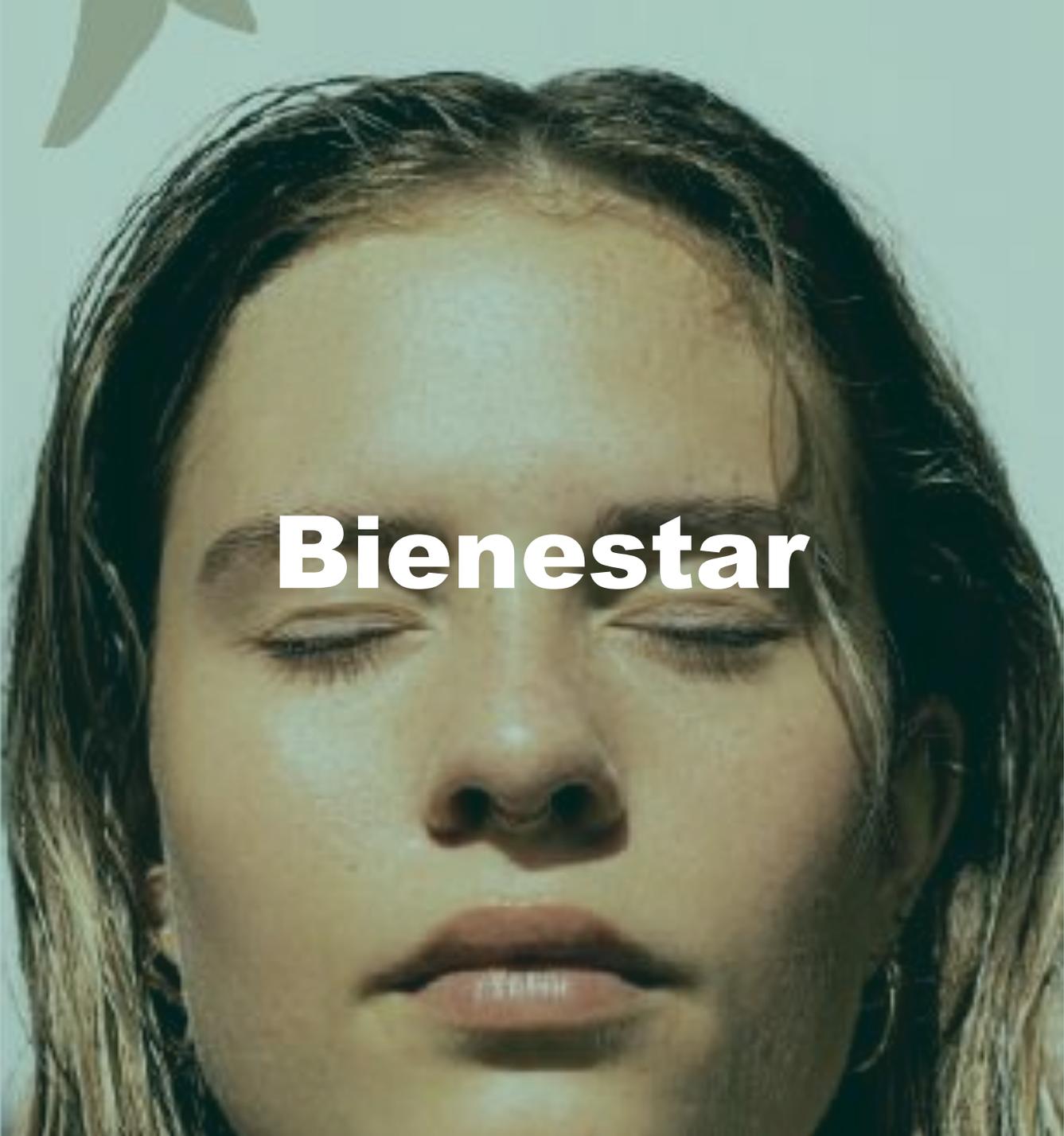
*Base: 6000 usuarios en 2020*

*Fuente: <http://www.biodiversitybarometer.org/>*



# Uso sostenible

Para 2020,  
a más tardar, la gente  
está  
consciente de los  
valores de  
la biodiversidad y los  
pasos  
pueden tomar para  
conservar  
y usarlo de manera  
sostenible.



# Bienestar

**77%**  
de los consumidores en **16 países** se sienten bien  
adquiriendo **productos responsables** con las  
personas y el  
medioambiente

*Fuente:* <http://www.biodiversitybarometer.org/>

En medio de una crisis de salud global, muchos consumidores querrán sentirse más en **control de su bienestar en 2022.**

Más consumidores buscarán orientación y productos que les ayuden a alcanzar sus objetivos de **comer sano y controlar su peso .**

CANDELA

Productos / Aceites  
/ Aceite de Castaña Amazónica Orgánico 250ml



[ir página](#)

<https://clients.mintel.com/trend/what-the-2022-consumer-trends-mean-for-food-and-drink>



" Mirando a través de los cinco principales mercados europeos , alrededor de un tercio de los consumidores de chocolate han dejado de comprar chocolate de una marca que no trata a sus agricultores/trabajadores de manera ética"

Marcia Mogelonsky, directora de Insight, Mintel Food & Drink



# Transparencia

Qué información desea ver en el empaque?

Primero, la lista de **ingredientes** del producto; segundo, los **orígenes** de los ingredientes; y tercero, el **impacto** sobre la biodiversidad.

Fuente: <http://www.biodiversitybarometer.org/>

# Ahora: los consumidores quieren transparencia en las categorías y declaraciones de alimentos y bebidas

29%

de los consumidores brasileños se animarían a escanear un código QR en un paquete si proporciona más detalles sobre el producto/marca

48%

de los consumidores del Reino Unido dicen que el brote de COVID-19/coronavirus ha hecho que sea más importante comprar productos agrícolas británicos

88%

de los compradores de comestibles de EE . UU. dicen que la información nutricional clara (p. ej., calorías, contenido de azúcar) es importante en los envases de alimentos

*Base: Brasil: 750 usuarios de Internet mayores de 16 años, abril de 2021; Reino Unido: 2000 usuarios de Internet mayores de 16 años, marzo de 2021; EE. UU.: 1916 usuarios de Internet mayores de 18 años que son responsables de la compra de alimentos/bebidas, marzo de 2021*

*Fuente: Perfiles de Kantar/Mintel*



# Redes sociales, Generación Z y Millenials

El 48 % de los  
consumidores  
comparten sus buenas  
acciones

Búsquedas Google

<b>Sostenible</b>	<b>+20%</b>
<b>Ecosistema</b>	<b>+7.8%</b>
<b>Ético</b>	<b>+9.2%</b>
<b>Cosmética limpia</b>	<b>25.5%</b>
<b>Cosmética verde</b>	<b>20.4%</b>
<b>Biodiversidad</b>	<b>+0.8%</b>

*Fuente: Spate U.S. Google Search from Jan-Sep 2020  
vs. Jan-Sep 2019*



Existe interés por la **investigación** y el **desarrollo** basados en la biodiversidad por lo que el cumplimiento del **Protocolo de Nagoya** es imperativo en el Perú.

## II. Retos







MI CUERPO  
ES MIO,  
NO ES PECADO  
NI DELITO

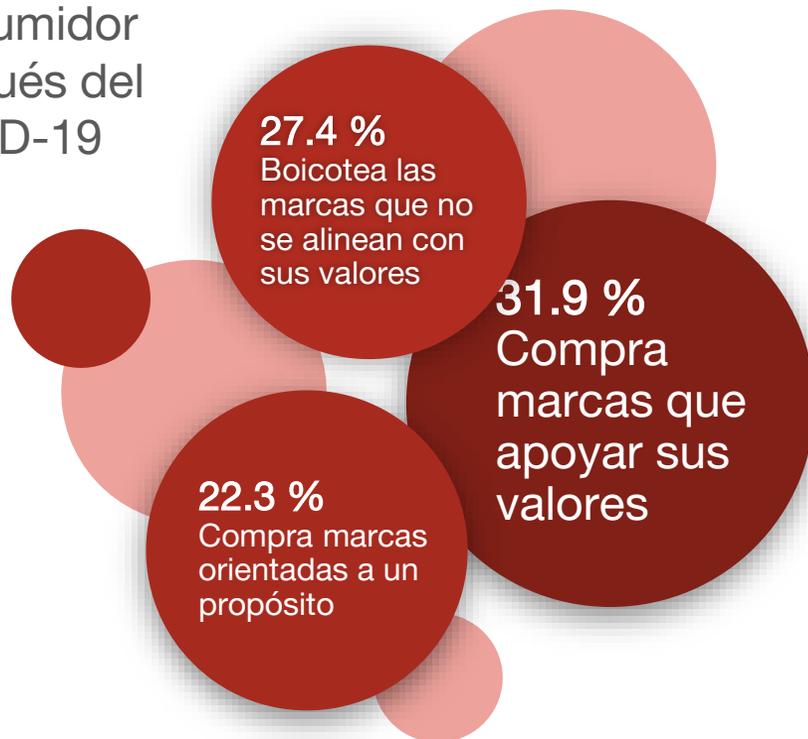
NI EN LA CASA  
NI EN LA CALLE,  
ALTO A LA  
VIOLENCIA

EL

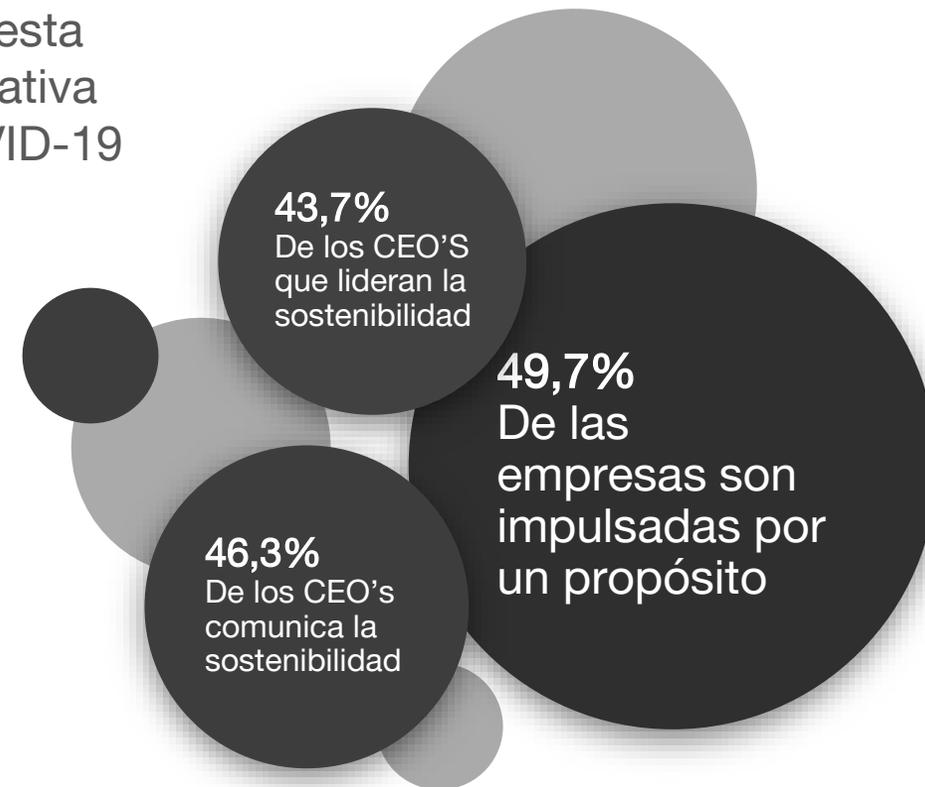


# La pandemia pone a prueba la sostenibilidad

## Activismo del consumidor después del COVID-19



## Respuesta corporativa al COVID-19



Fuente: Euromonitor internacional

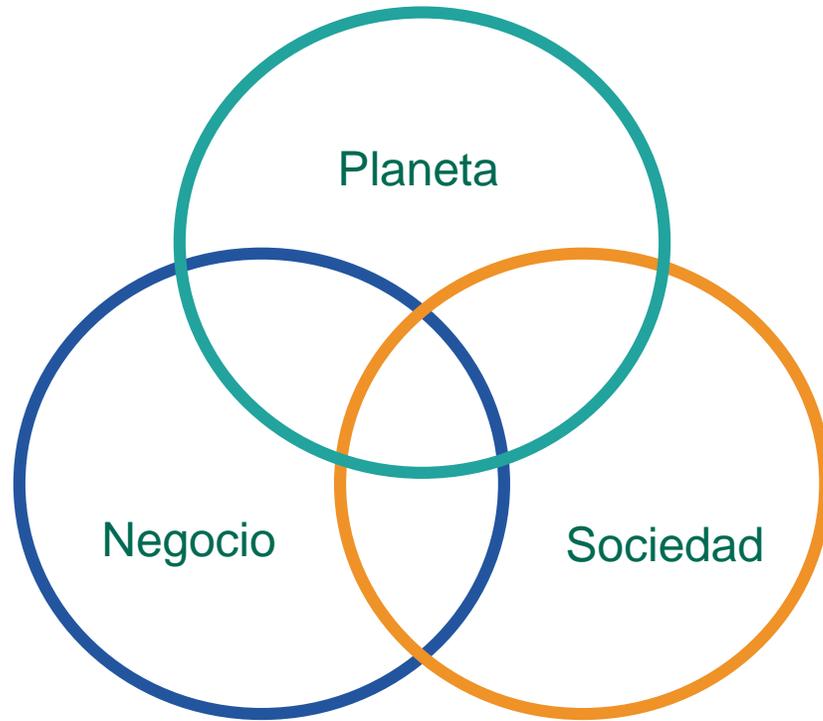


## La sostenibilidad o el desarrollo sostenible

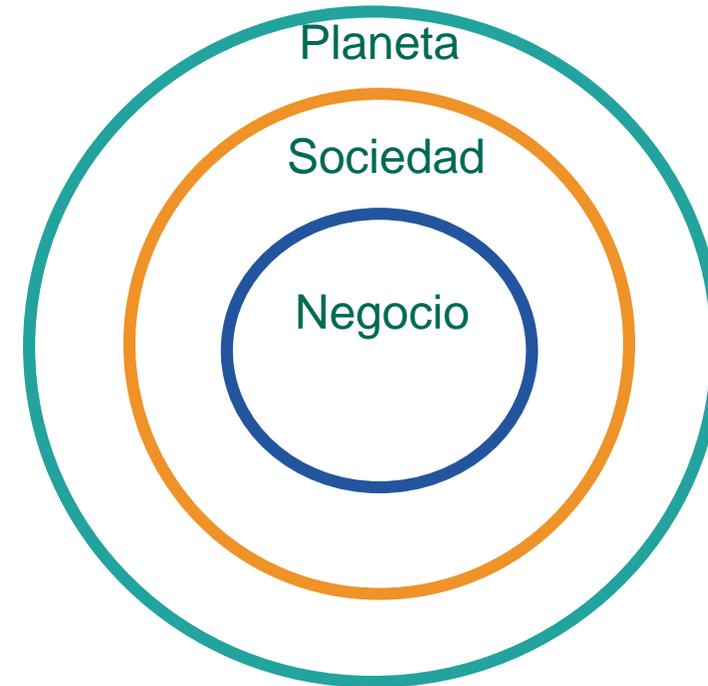
Aterricemos el concepto

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

# Organizaciones conscientes de sus impactos



Visión Tradicional



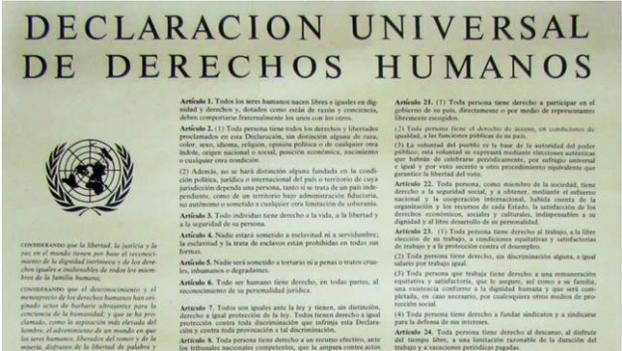
Visión Consciente

## III. Marco jurídico

# Marco internacional



Clima

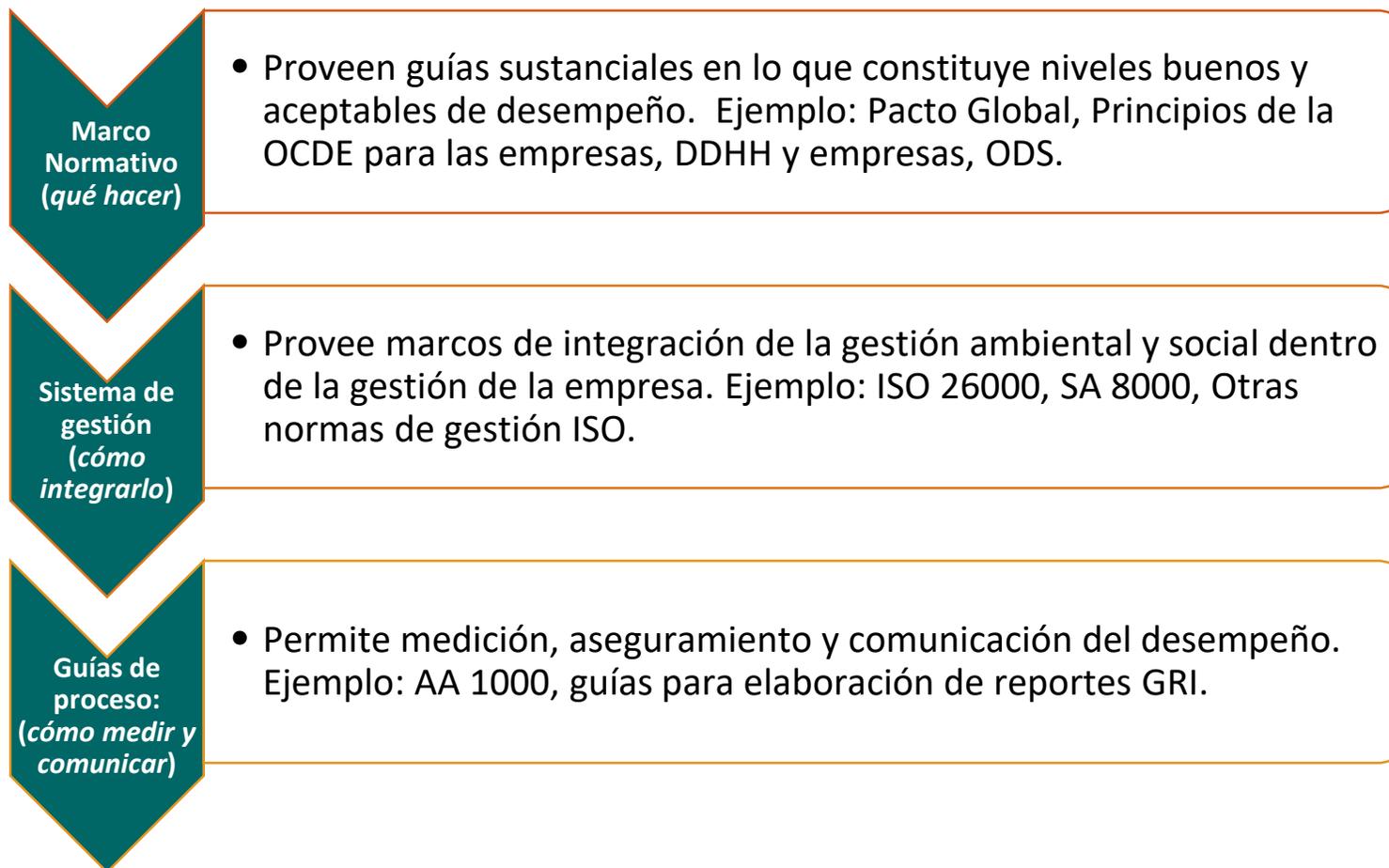


Personas



Biodiversidad

# Estándares vinculados



# MARCO NORMATIVO

## **OBJETIVOS** **DE DESARROLLO SOSTENIBLE**



### **1** Personas



### **2** Planeta



### **3** Prosperidad



### **4** Paz



### **5** Asociaciones



# MARCO NORMATIVO

## Pacto Mundial:



# MARCO NORMATIVO

## Principios de la OCDE para las empresas



Las Directrices reflejan la expectativa de los gobiernos frente al comportamiento de las empresas en materia de RSE.

### Conceptos y principios

Establece conceptos y principios que ponen en contexto todas las recomendaciones de los capítulos siguientes. Estos conceptos y principios son la columna vertebral de las Directrices y subrayan las ideas fundamentales detrás de las Directrices

### Principios Generales

Las empresas deben operar de acuerdo con la legislación y reglamentación nacional de los países donde operan. Adicionalmente, deben determinar, prevenir y mitigar los impactos negativos por ellas causadas en materia de derechos humanos, derechos laborales, medio ambiente, y anticorrupción. Esto aplica a las actividades propias de la empresa y a su cadena de suministro.

### Publicación de la Información

Cubre la difusión oportuna por parte de las empresas de información fidedigna acerca de sus objetivos, actividades, estructura, situación financiera y resultados. Este capítulo invita a las empresas a que comuniquen información adicional sobre sus políticas, auditorías internas, gestión de riesgos, relación con sus empleados, entre otros.

### Derechos Humanos

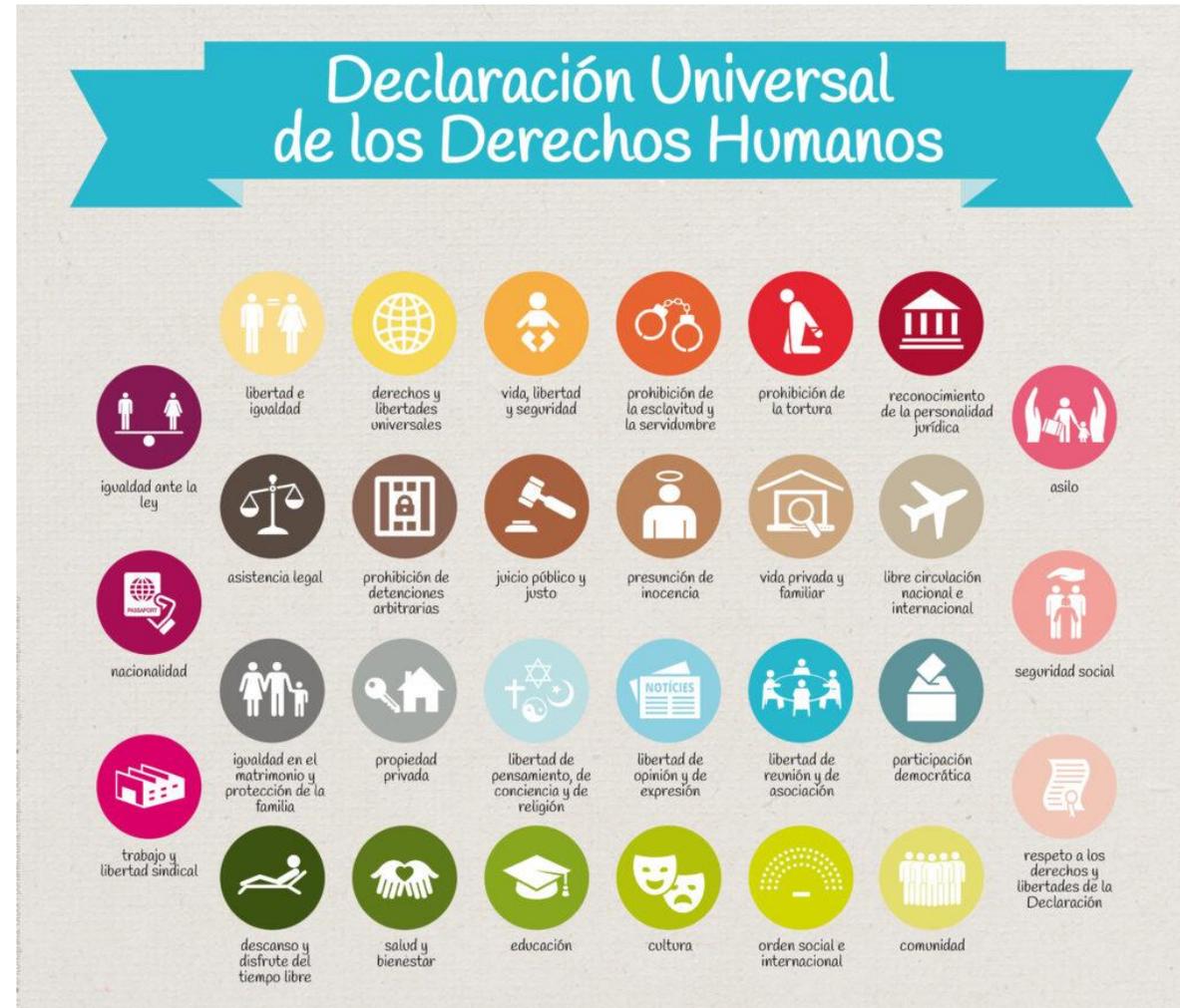
Establece que las empresas deben proteger los derechos humanos de aquellos que se vean afectados por sus actividades, consistentes con los compromisos y obligaciones internacionales suscritas por el país donde ejercen sus actividades.

### Empleo y Relaciones Laborales

Las empresas tienen el deber de respetar el derecho de asociación sindical; cooperar con los representantes de los trabajadores; luchar contra la discriminación; contribuir a la abolición efectiva del trabajo infantil, así como la eliminación de toda forma de trabajo forzado.

# MARCO NORMATIVO

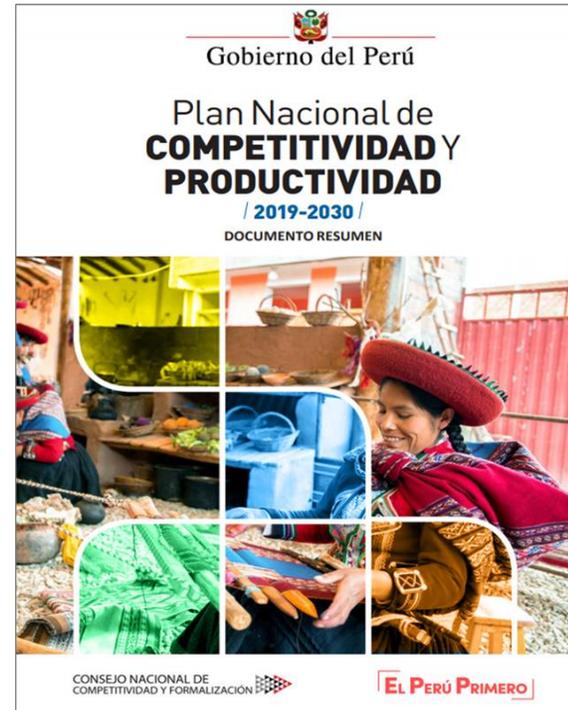
Declaración universal de los derechos humanos:



# Marco nacional



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



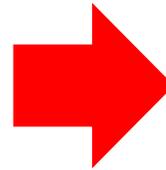
## OBJETIVO PRIORITARIO 9

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

## Plan Nacional de Competitividad y Productividad



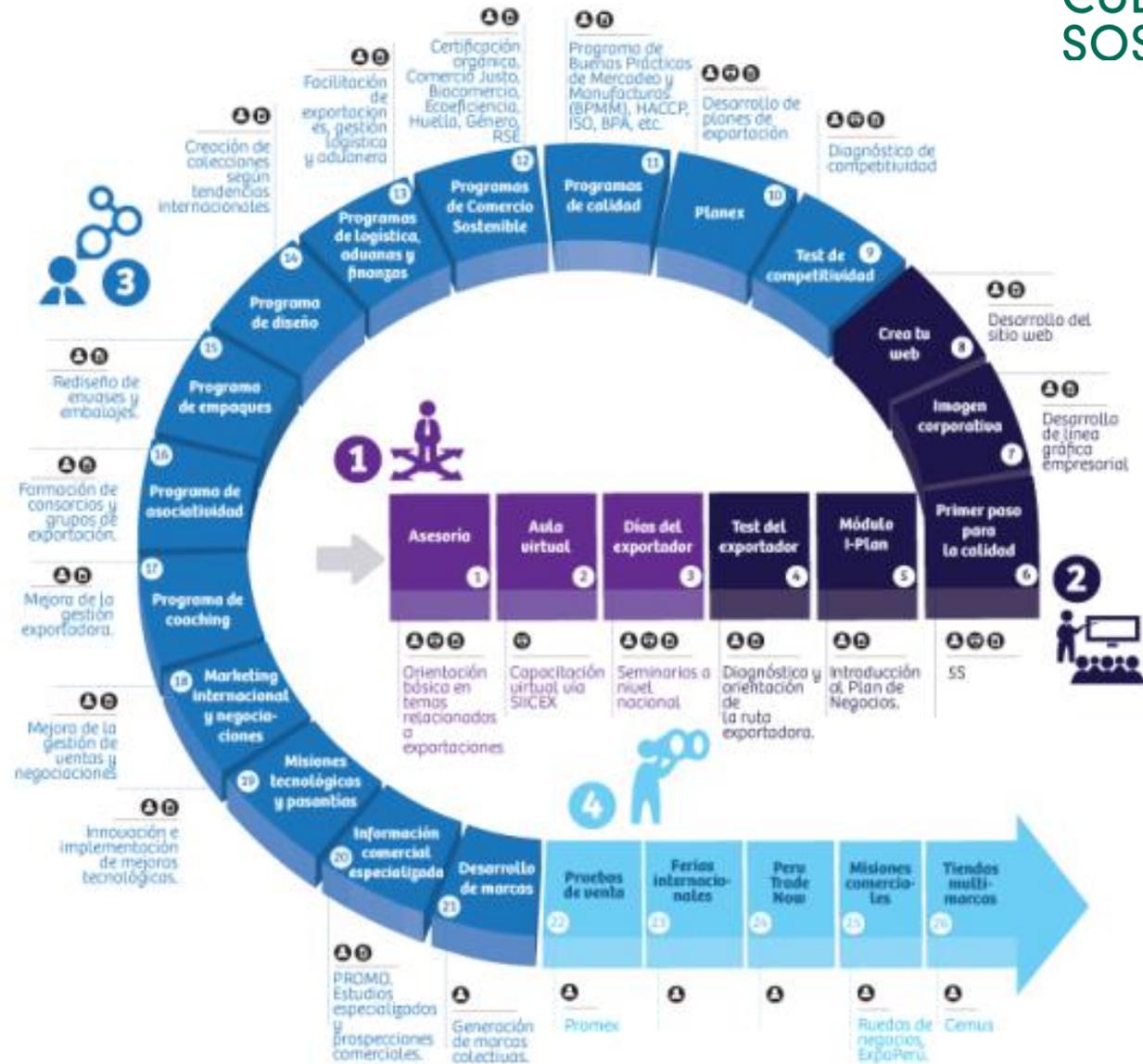
PILARES	
1	Internacionalización de la empresas y diversificación de mercados
2	Desarrollo de la oferta exportable diversificada, competitiva y sostenible
3	Facilitación del comercio exterior y eficiencia de la cadena logística internacional
4	Generación de capacidades para la internacionalización y consolidación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



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

# La ruta exportadora





## Departamento de COMERCIO SOSTENIBLE

### Programas del Departamento de Comercio Sostenible

Ecoeficiencia <i>Eco-efficiency</i>
▶ Economía circular <i>Circular economy</i>
Huella ambiental <i>Environmental footprint</i>
Huella de carbono <i>Carbon footprint</i>
Huella hídrica <i>Water footprint</i>
Comercio justo <i>Fair trade</i>
Ella exporta <i>Ella exporta</i>
Biocomercio <i>Biotrade</i>
▶ Responsabilidad social empresarial <i>Corporate social responsibility</i>
Orgánico <i>Organic</i>
Trazabilidad <i>Traceability</i>
ASC Acuicultura <i>ASC Aquaculture</i>

# ¿Qué es la Responsabilidad Social Empresarial?

*“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”.*



# Características de la Responsabilidad Social

---

Las expectativas de la sociedad

---

Integración de la responsabilidad social.



---

El rol de las partes interesadas

---

Relación entre la responsabilidad social y desarrollo sostenible

# Grupos de Interés: Identificación



# Principios de Responsabilidad Social



# 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

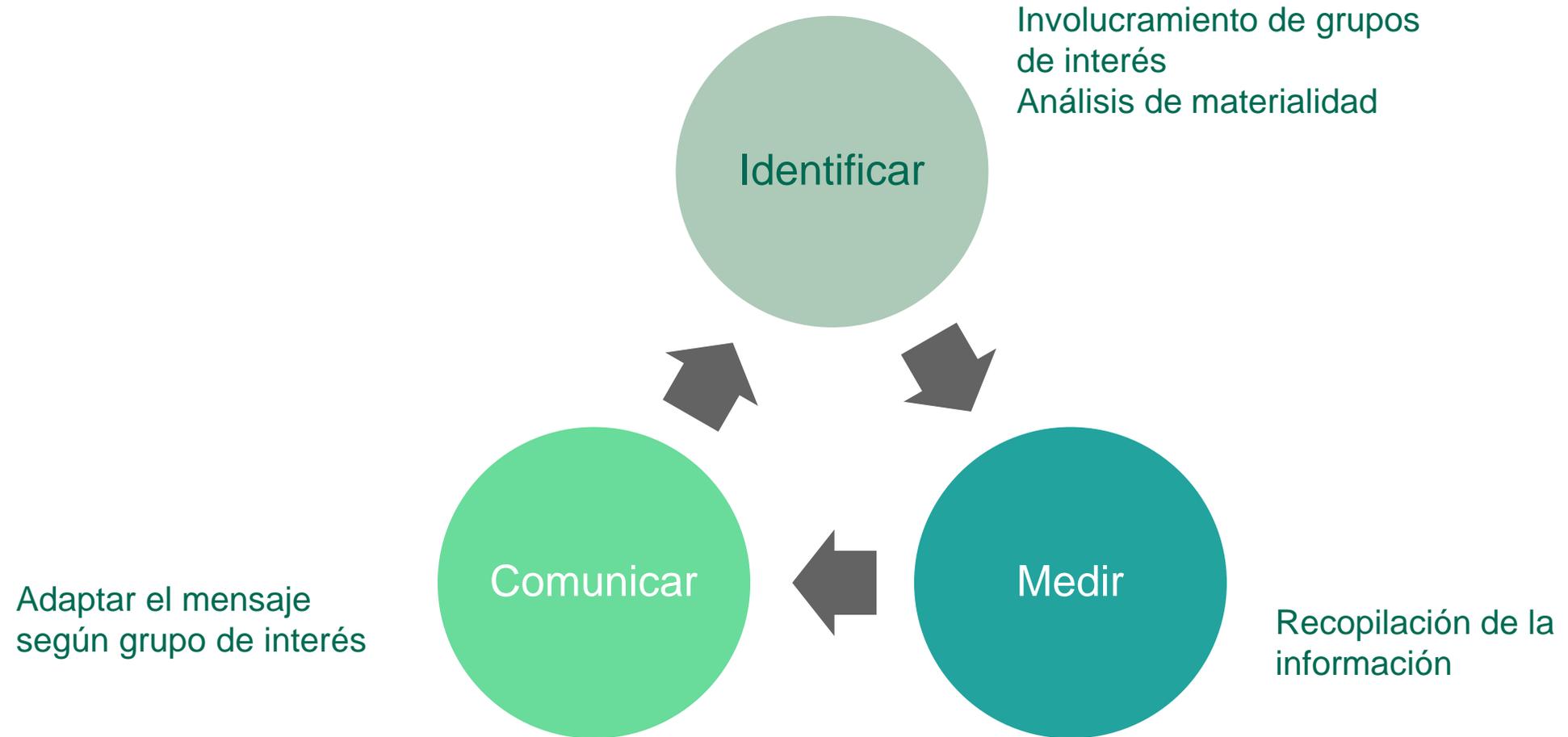
Empleo  
Relaciones entre los trabajadores y la dirección  
Salud y seguridad en el trabajo  
Formación y educación  
Diversidad e igualdad de oportunidades  
Inversión (DDHH)  
No discriminación  
Libertad de asociación y

# Estándares vinculados: Premios – Distintivos

Buenas prácticas de Gobierno Corporativo.  
Great Place to Work  
ABE – Buenas prácticas laborales.  
Premio Ecoeficiencia Empresarial MINAM  
Distintivo empresa socialmente responsable Perú 2021.  
Premio a la Responsabilidad Social Perú 2021



# ¿Cómo se hace una adecuada gestión de la 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

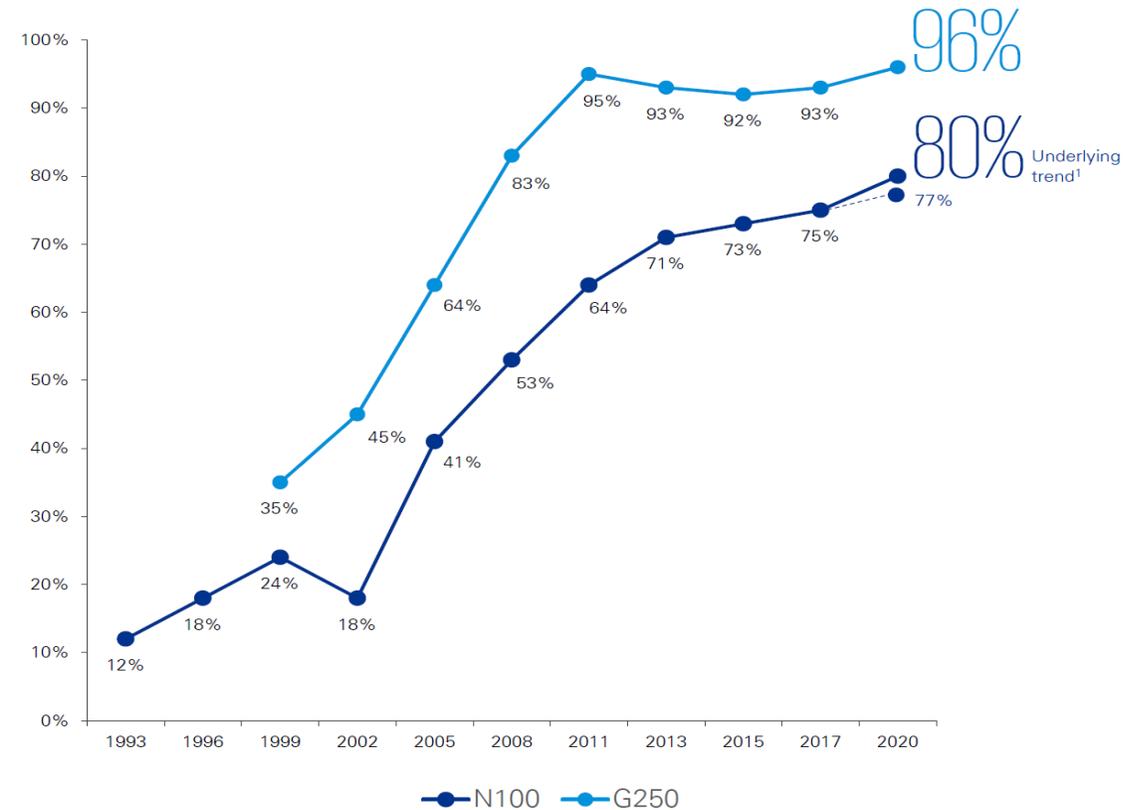
Fortalecer relaciones con grupos de interés

Usar lenguaje común con los clientes

Atraer a potenciales clientes y capital

# Tendencias de los reportes de sostenibilidad

Ratios de crecimiento global de reportes de sostenibilidad desde 1993



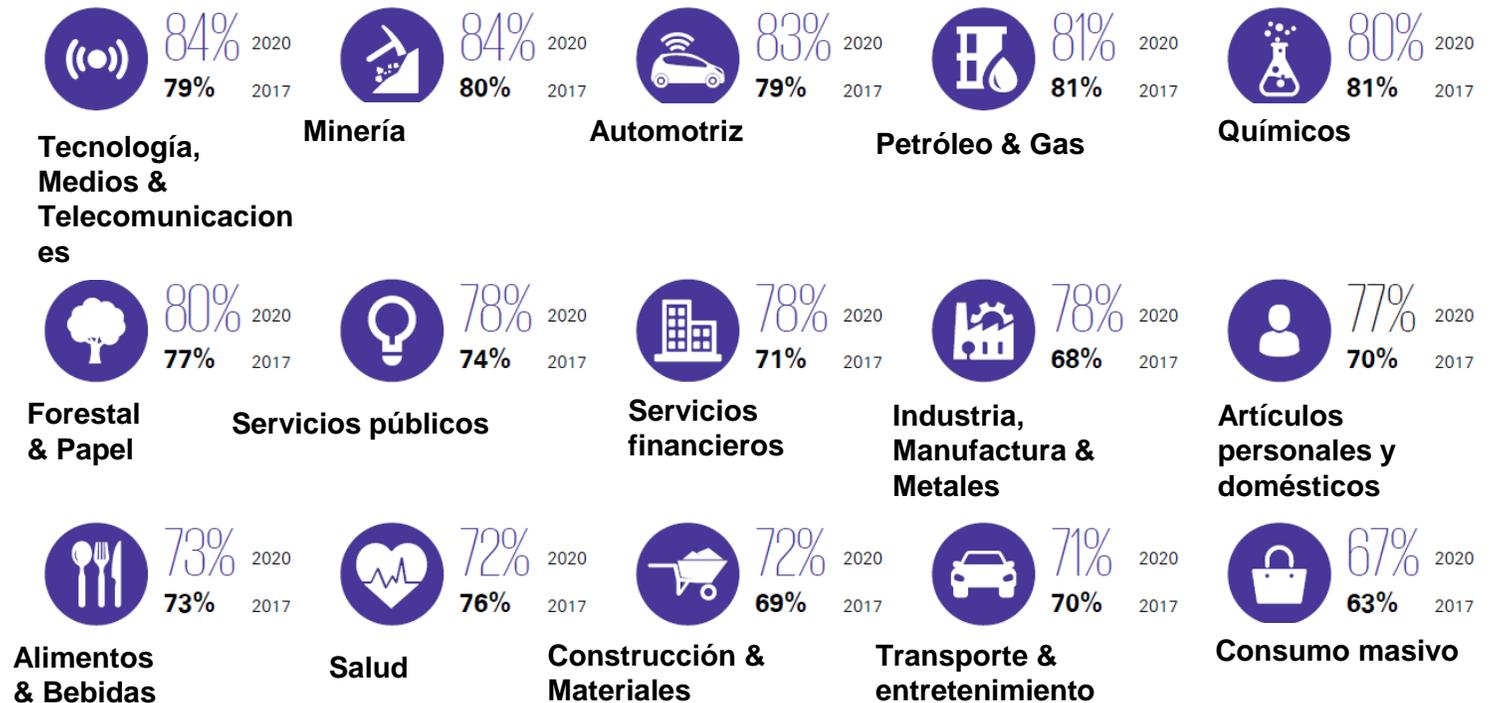
Base: 5,200 N100 companies and 250 G250 companies

Source: KPMG Survey of Sustainability Reporting 2020

1. The N100 underlying trend reflects the global sustainability reporting rate when analyzing reporting by the top 100 companies in the same group of countries and jurisdictions in both 2017 and 2020.

# Tendencias de los reportes de sostenibilidad

Al menos el 70% de casi cualquier sector hace reportes o memorias de sostenibilidad.



Base: 5,200 N100 companies

*El principal impacto social y ambiental de las empresas se da en sus proveedores.”*

*McKinsey, 2016.*

*En épocas de Coronavirus, las pocas empresas que invirtieron en mapear su cadena de suministro llegaron mejor preparadas.”*

*HBR, 2020.*



## ¿Cómo afecta esto a la relación con nuestros clientes empresa grande?

- Las empresas grandes deben asegurar el cumplimiento de sus estándares de sostenibilidad en todos sus proveedores. Y trabajarán en asegurar que se cumplan las condiciones, no sólo mínimas, sino en busca de una cadena de suministro **sostenible**.

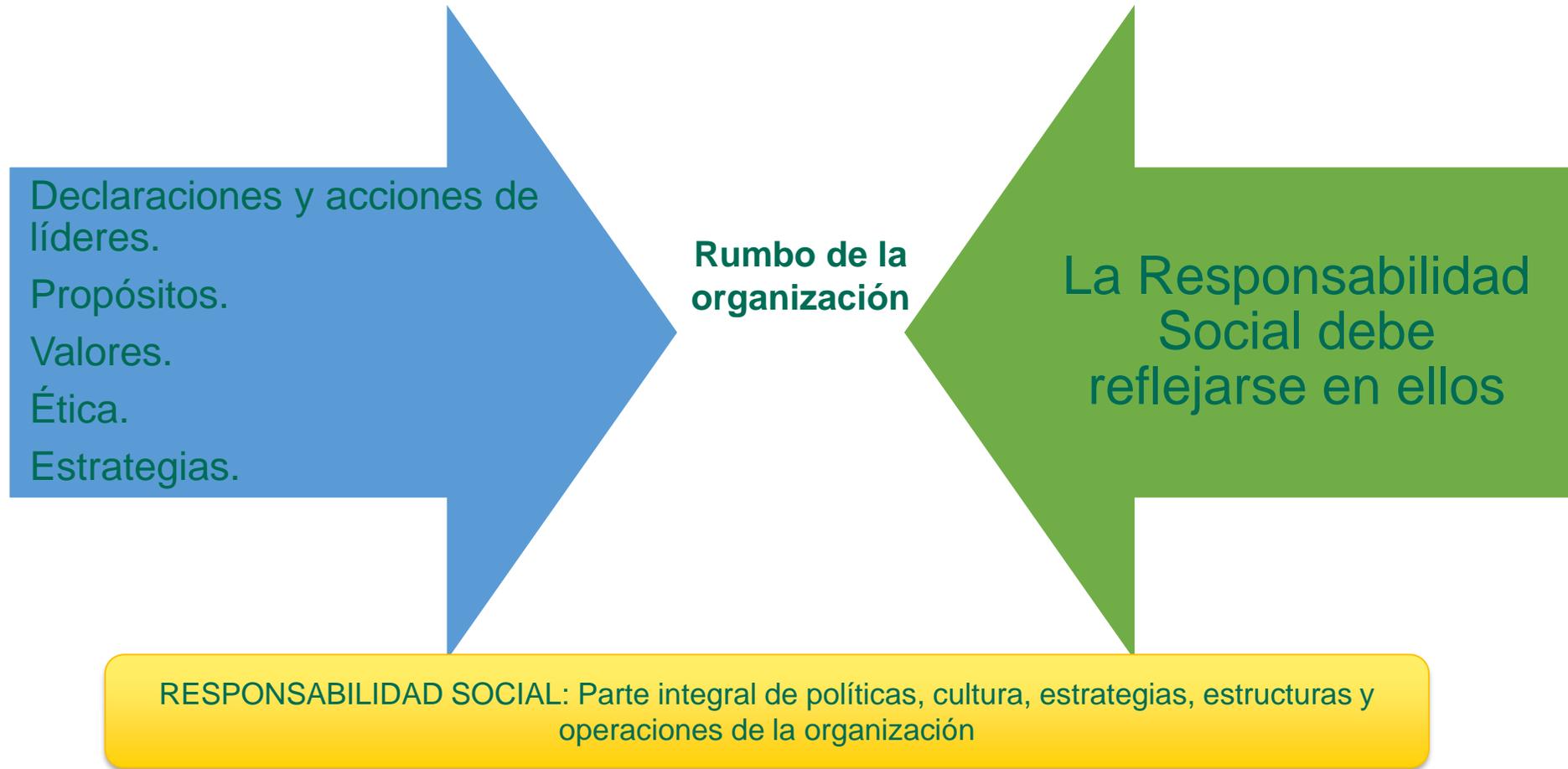
## III. Herramientas de gestión

# ¿Qué es una 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**.



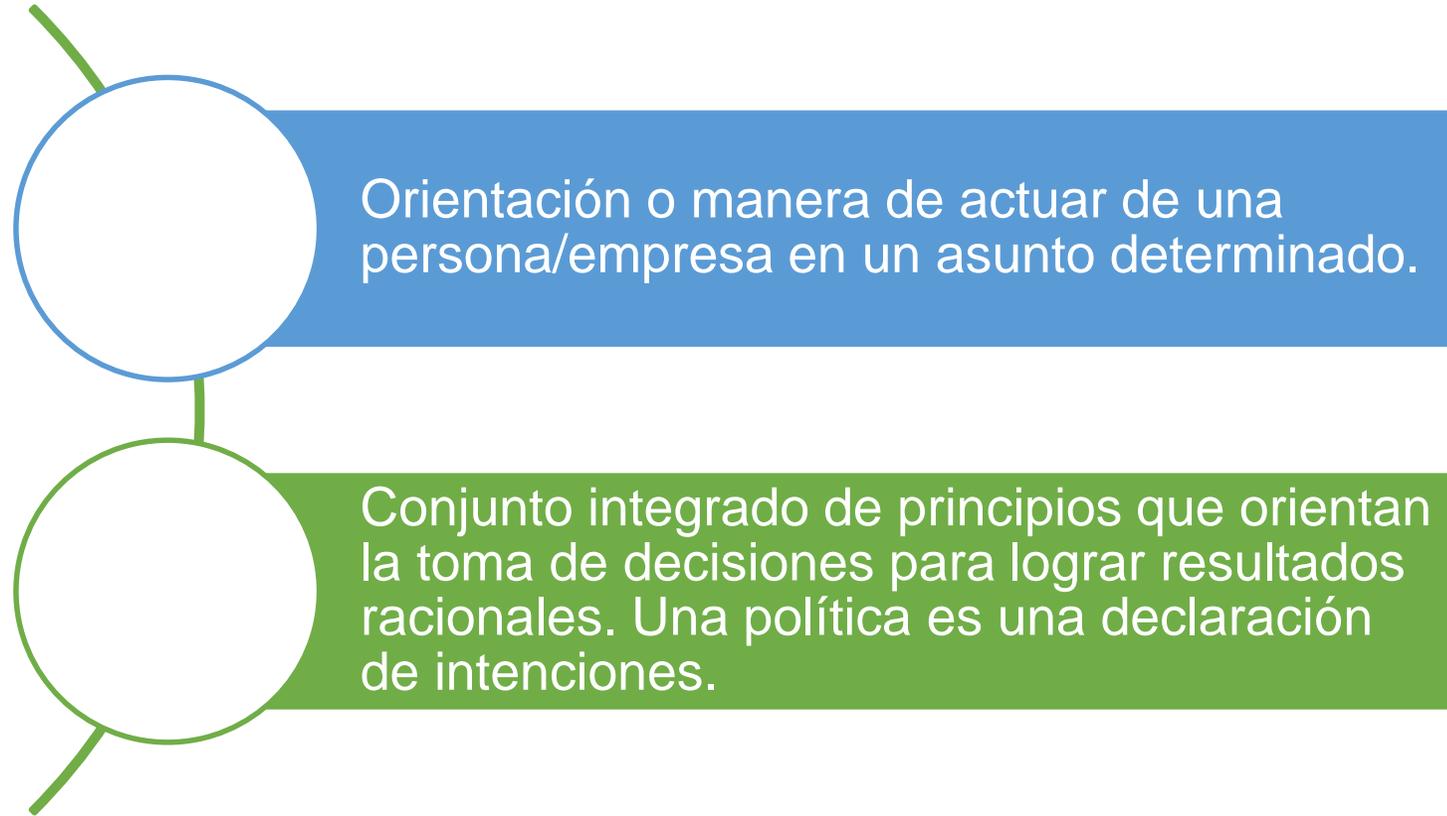
Alineado con:

- 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.
- Respeto a los derechos humanos.

- 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

# ¿Qué es una política de sostenibilidad ?



Política de Sostenibilidad

Responsabilidad Social

Responsabilidad Ambiental

## Política de Sostenibilidad

MASISA cuenta con una política de desarrollo sostenible que rige a todas las empresas y/o inversiones controladas por MASISA, en las que la empresa es propietaria de la mayoría o del total de la administración del negocio. Ella fue aprobada por el Gerente General Corporativo, previa revisión y presentación al Directorio. En ella se abordan aspectos tales como: Gestión de Triple Resultado, Impactos operacionales (ambientales, sociales y económicos), Licencia social, Públicos interesados, responsabilidades de cada segmento de la organización. Valores v

<https://corporativo.masisa.com/desarrollo-sostenible/politica-de-sostenibilidad/>

## ¿Qué es un reporte GRI?

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

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

Pone a disposición los **Estándares GRI**, 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



Fundamentos	Contenidos Generales	Enfoque de Gestión	Económico	Ambiental	Social
<b>GRI 101</b>	<b>GRI 102</b>	<b>GRI 103</b>	<b>GRI 200</b>	<b>GRI 300</b>	<b>GRI 400</b>

# 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.

