

Empresa moderna y responsabilidad social

Construyendo con inclusión
el camino del Perú
al Primer Mundo

Pensando en el futuro
en un tiempo incierto

Reportes de sostenibilidad:
beneficios y dificultades

Manejo de crisis
y responsabilidad social

Obras por impuestos:
poner en valor las infraestructuras

A propósito de la inclusión social:
lo manifiesto y lo subyacente en el
discurso de la sociedad peruana

Precio S/. 9.00



ENTREVISTA
INÉS TEMPLE ARCINIEGA

Perú 2021:

"LA EMPRESA QUE NO ACTÚE RESPONSABLEMENTE NO SOBREVIVIRÁ"





septiembre-octubre 2011 | año 2 | número 10

Director
Julio Morriberón Rosas

Consejo editorial
María del Pilar Gordillo Jeri
Joaquín Alcázar Belaunde
Luis Casabonne Gutiérrez
Paul Silva Noboa

Editor
Gustavo Riesco Lind

Colaboradores
Arturo Caballero Luna
Baltazar Caravedo Molinari
Germán Chávez Contreras
Cristian Loza Adauí
Jorge Melo Vega Castro
Paul Remy Oyague
Abel Tapia Fernández
Inés Temple Arciniega
Yuri Valer Schreiber
Richard Wells

Colaboradores institucionales
Global Reporting Initiative
Grupo Inca
Obiettivo Lavoro
Papelera Panamericana
Perú 2021
Sociedad Minera Cerro Verde
Terminal Internacional del Sur

Diseño, diagramación y pre prensa
www.grupocreate.com

Impresión
Impresa

Publicidad y ventas:
Pasaje La Ronda 107, Cayma, Arequipa
Teléfono: 054-252907
e-mail: info@arequipaempresarial.com
www.arequipaempresarial.com

Producción:  **AURUM** Consultoría y Mercado

PRÓXIMAS EDICIONES

ESPECIAL: SERVICIOS DE SALUD
Publicación: 5 de diciembre de 2011
Cierre de publicidad: 15 de noviembre de 2011

ESPECIAL: AGROINDUSTRIA
Publicación: 10 de febrero de 2011
Cierre de publicidad: 15 de enero de 2011

ESPECIAL: PROVEEDORES MINEROS
Publicación: 10 de abril de 2011
Cierre de publicidad: 15 de marzo de 2011

contenido

NOTA DEL DIRECTOR 3

OÍDO EN EL BIMESTRE 6

ESPECIAL

Responsabilidad social en la actividad empresarial 8
GUSTAVO RIFSCO LIND, EDITOR, Arequipa Empresarial

ENTREVISTA
Perú 2021: responsabilidad social al alcance de todos 10
INÉS TEMPLE ARCINIEGA, PRESIDENTE, Perú 2021

Distintivo de Empresa Socialmente Responsable 11
PERÚ 2021

Conozca, entienda e incorpore la norma ISO 26000 12
Guía de Responsabilidad Social
YURI VALER SCHREIBER, GERENTE REGIONAL SUR, Perú 2021

Responsabilidad social, sí; desarrollo sustentable, ¡también! 14
ABEL TAPIA FERNÁNDEZ, RECTOR, Universidad Católica de Santa María

La persona humana como fundamento de la responsabilidad social de la empresa 15
GERMÁN CHÁVEZ CONTRERAS, RECTOR, Universidad Católica San Pablo

A propósito de la inclusión social: lo manifiesto y lo subyacente en el discurso de la sociedad peruana 16
BALTAZAR CARAVEDO MOLINARI, PRESIDENTE, SASE Asociac. de Civil

Manejo de crisis y responsabilidad social 18
PAUL REMY OYAGUE, SECRETARIO TÉCNICO, Comité Nacional ISO 26000 Responsabilidad Social

Obras por impuestos: poner en valor las infraestructuras 20
JORGE MELO VEGA CASTRO, GERENTE GENERAL, Responsee

Reportes de sostenibilidad: beneficios y dificultades 22
CRISTIAN LOZA ADAUI, INVESTIGADOR, Centro para la Ciudadanía Corporativa

Actualizando la transparencia: desarrollando lineamientos para el reportaje de sostenibilidad 23
GLOBAL REPORTING INITIATIVE

Pensando en el futuro en un tiempo incierto 24
RICHARD WELLS, PRESIDENTE, Grupo Lexington

Nuevas tendencias de responsabilidad ambiental empresarial: neutralización de emisiones de gases efecto invernadero como estrategia corporativa 26
ARTURO CABALLERO LUNA, GERENTE GENERAL, A2C Carbon Partners

Iniciativas de responsabilidad social empresarial

Papelera Panamericana 28

Terminal Internacional del Sur 30

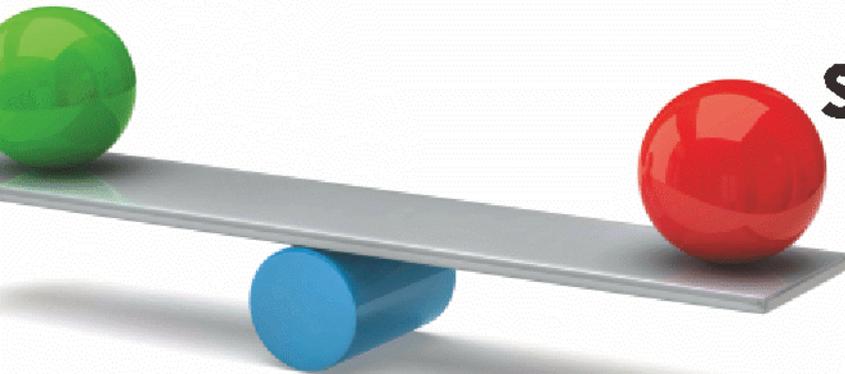
Obiettivo Lavoro 31

Grupo Inca 32

Sociedad Minera Cerro Verde 34

AREQUIPA OPINA 36

PUBLICACIONES 38



Reportes de sostenibilidad: beneficios y dificultades

CRISTIAN LOZA ADAUI

Uno de los avances en temas de responsabilidad social empresarial que se pueden observar en el Perú en los últimos años es el aumento en el número de empresas que ofrecen información sobre sus prácticas responsables a través de informes de sostenibilidad, memorias de responsabilidad social y otros instrumentos de reporte. Si bien el incremento en términos cuantitativos es saludable, la tarea pendiente radica en mejorar la calidad de la información. En esa línea de acción, es importante el esfuerzo de algunas organizaciones que vienen difundiendo estándares internacionales, como los propuestos en los Indicadores Ethos de Responsabilidad Social Empresarial, desarrollados particularmente para la realidad latinoamericana, y las metodologías para la elaboración de informes, como la propuesta por el Global Reporting Initiative (GRI).

Un cierto rechazo a informar sobre las prácticas de responsabilidad social que realizan las empresas peruanas es en parte comprensible: pese a que la imagen del empresariado peruano ha mejorado en los últimos años, la suspicacia de consumidores y otros agentes sociales respecto a lo que las empresas reportan ha sido muchas veces motivo de conflicto y convulsión social. Sin embargo, hay una pregunta clave que puede permitir una aproximación a este tema desde un punto de vista distinto: ¿cuáles son los beneficios potenciales para la empresa, para el consumidor y para la sociedad en general si es que las empresas reportan sobre sus actividades de responsabilidad social y sostenibilidad?

Hablar de los beneficios que gozan las empresas que reportan puede ser contraproducente: hablar sólo de los beneficios puede fomentar el uso de reportes de sostenibilidad como instrumentos de relaciones públicas o de mejora de la reputación organizacional. Sin embargo, los especialistas en temas de RSE saben que la elaboración de reportes de sostenibilidad exige un cierto nivel de profesionalización que en el Perú se encuentra aún en una etapa de gestación y, probablemente, esa sea la razón por la que la comunicación de las actividades de RSE de algunas empresas no alcanza toda la eficiencia que puede lograr.

Pese a ello, no se puede negar la evidencia empírica que muestra como, en muchos casos, empresas que evidencian transparencia en la manera de hacer negocios a través de reportes de RSE o memorias de sostenibilidad se pueden beneficiar de algunas ventajas competitivas, vinculadas no sólo a temas de imagen, sino también al incremento de identificación de los trabajadores y a la capacidad de atraer personal altamente calificado, que mayormente posee también una mayor sensibilidad socioambiental.

Un beneficio particular de los reportes es que constituyen una manera de establecer relaciones estables con los diversos *stakeholders* y evidencia un compromiso por parte de la empresa sobre temas sociales y de sostenibilidad ambiental. El uso de alguna metodología específica, como la propuesta por el GRI, puede incluso beneficiar a la empresa, al convertirse en herramienta de gestión o en medida de desempeño organizacional en asuntos socioambientales, permitiendo la mejora continua y el *benchmarking* entre empresas del mismo sector.

Poco se oye hablar de los beneficios que pueden tener consumidores y sociedad en general, gracias a la elaboración de reportes de RSE por

parte de las empresas. Los consumidores encuentran un beneficio directo en las decisiones de compra, pues cuentan con mayor información y, por lo tanto, con la posibilidad de tomar mejores decisiones o de realizar análisis decisionales cualitativamente más elaborados.

Si se toma en cuenta que los reportes de sostenibilidad ofrecen información sobre el desempeño socioambiental de las empresas, las decisiones que consideren esta información serían cualitativamente distintas, pues estarían considerando, además de variables económicas, elementos de carácter socioambiental. Esta dinámica se aprecia claramente en las estrategias de gestión ética en la cadena de suministros (*ethical supply chain management*) de muchas empresas multinacionales, operantes incluso en nuestro país.

Esta dinámica, que ha actuado como multiplicador en temas de RSE durante las últimas décadas, termina beneficiando a la sociedad en general, haciendo los mercados más competitivos, no sólo en términos de precios, sino también en términos de calidad, es decir, promoviendo una competencia que distingue a las empresas –sus productos y sus servicios– de acuerdo con su desempeño socioambiental.

Finalmente, si tanto empresas, consumidores y sociedad en general se ven beneficiadas por los reportes de RSE y las memorias de sostenibilidad, ¿cuáles son los elementos que limitan la difusión de



Cristian Loza es investigador del Centro para la Ciudadanía Corporativa (Alemania)

estas prácticas? Probablemente dos sean las razones más importantes: las restricciones de carácter económico por un lado y, por el otro, la falta de profesionales calificados para elaborar este tipo de instrumentos, de manera que no sean percibidos simplemente como elementos de *marketing* sino como declaraciones fidedignas sobre el desempeño empresarial.

Mientras que la primera de las dificultades mencionadas no encuentra una solución simple, los centros de educación superior y los gremios empresariales son tal vez los más aptos para contribuir a reducir el déficit de capacidades y promover la profesionalización y especialización en temas de responsabilidad social empresarial, en particular en la elaboración de reportes de RSE y memorias de sostenibilidad.