



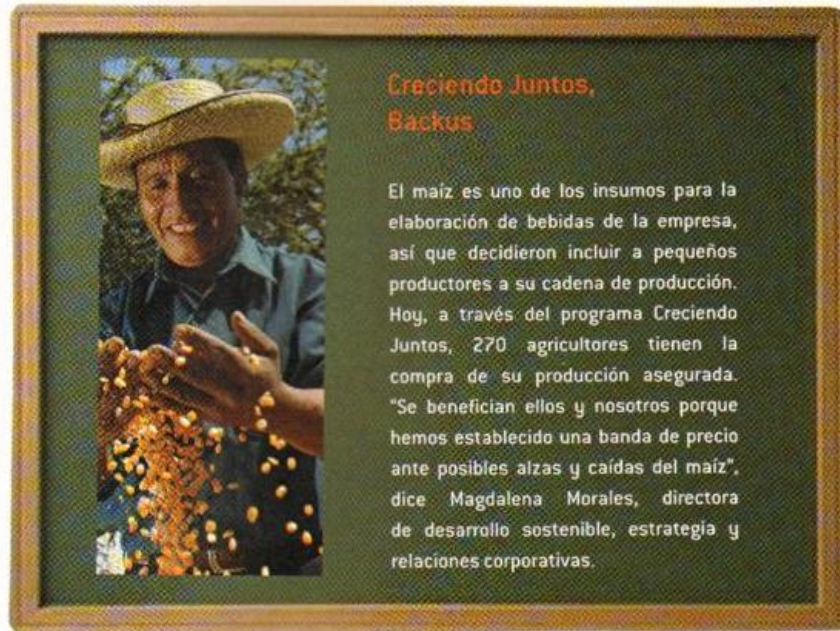
EN BUSCA DE VALOR

La programas de RSE implementados adecuadamente devienen en óptimos resultados en cuanto a buena reputación y utilidades para las empresas. No obstante, son pocas las que han tomado este camino. Natalia Vera Ramirez, Lima

La calidad de los productos y la eficiencia en los procesos ha sido el principal objetivo para las empresas pesqueras peruanas. No obstante, cuando a fines de 2009 rigurosos clientes japoneses visitaron a dos de las más grandes compañías del sector para verificar el estado de los equipos con que elaboran las conservas y congelados que consumen, realizaron un nuevo requerimiento.

No contentos de haber constatado las óptimas condiciones de la capacidad instalada de las compañías, los exigentes japoneses preguntaron cómo iba la parte social de la empresa, y sobre todo, si ya contaban con la normativa S.A. 8000. A los ejecutivos peruanos no les quedó otra que ir corriendo a una consultora para encontrar el camino correcto para obtener esta certificación.

“La S.A. 8000 es una norma que rescata la parte social de la empresa y sirve para constatar las condiciones bajo las cuales se encuentran los empleados en las organizaciones”, dice Cecilia Rizo Patrón, directora de gestión



Creciendo Juntos, Backus

El maíz es uno de los insumos para la elaboración de bebidas de la empresa, así que decidieron incluir a pequeños productores a su cadena de producción. Hoy, a través del programa Creciendo Juntos, 270 agricultores tienen la compra de su producción asegurada. “Se benefician ellos y nosotros porque hemos establecido una banda de precio ante posibles alzas y caídas del maíz”, dice Magdalena Morales, directora de desarrollo sostenible, estrategia y relaciones corporativas.

del conocimiento de Perú 2021.

Y es que ahora no es suficiente garantizar la alta calidad de los productos para que las empresas puedan vender, sino que también tienen que garantizar el respeto de los derechos humanos y laborales de sus colaboradores y una larga lista de ítems que abarcan toda la cadena productiva de las empresas.

De este modo, las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) poco a poco van abandonando su

espíritu netamente filantrópico para ser parte importante de la estrategia de gestión de las empresas.

Para Kety Jáuregui, profesora asociada de la Universidad ESAN, la RSE no puede ser vista sólo como una ayuda de filantropía.

“Es hora de que las empresas vean a la RSE como una herramienta para mejorar la rentabilidad, el clima laboral, el aumento de productividad y competitividad y el ingreso a nuevos mercados”, dice.

¿Cómo les va a las empresas peruanas en este intento? Para el catedrático del PAD Escuela de Dirección de la Universidad de Piura, Hugo Sánchez, las empresas locales aún no ven a la RSE como un tema de competencia.

“Muchas veces la RSE se ve como una carga y no como una oportunidad de generar valor estratégico para la organización”, dice. Las cifras hablan por sí solas. Según una encuesta

realizada a finales de 2008 por la Universidad ESAN a 144 ejecutivos de organizaciones de diferentes sectores económicos, sólo el 2,8% reconoce que la RSE es una forma de gestión empresarial. Asimismo, el mismo estudio revela que el 62,5% de entrevistados considera que la RSE en el país está muy poco desarrollada.

No obstante, se están dando las primeras muestras de cambio. Según Kety Jáuregui, de ESAN, un indicador importante para medir esta evolución es que en los últimos tres años cada vez son más las empresas que se adhieren a los principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, desarrollan memorias de RSE o reportes de desarrollo sostenibles, obtienen certificaciones internacionales, participan en un mayor número de reuniones como conferencias y congresos relacionados a este tema.

“Sin embargo, se observa



Señal celular en Yuncán, Enersur

Enersur concretó un proyecto con el aporte social de la empresa en Yuncán (Pasco), para llevar la señal celular a más de 8.000 pobladores. “Realizamos nuestras actividades contribuyendo al desarrollo sostenible de las comunidades donde operamos”, dice Álvaro Valdez, gerente de asuntos corporativos de Enersur.

que el grado de desarrollo de la RSE difiere notablemente entre las empresas peruanas", dice Jáuregui

Remy Pascal, profesor principal de la Escuela de Postgrado de la UPC en Manejo Estratégico en Responsabilidad Social, coincide con esto.

"Sin duda el sector que con mayor convicción ha asumido el reto de la RSE es el de la gran empresa", dice. "Por su propia escala y visibilidad, capacidad gerencial, cercanía a nuevas metodologías, conexión global, ámbito de influencia, conciencia de la trascendencia de sus actividades y cuidado de la reputación, este sector ha desplegado en los últimos años un acelerado proceso de autoconvencimiento de la importancia de una gestión integral que se articule a los intereses de sus múltiples grupos de interés".

Matilde Schwalb, vicedirectora de la Universidad del Pacífico, tiene una visión

optimista. "Hay un avance indiscutible en el tema, y si bien algunas empresas lo han hecho por presión externa del Estado o del público en general que las han obligado a actuar más allá de lo que la ley les exige", dice. "Hay empresas convencidas de que no sólo se tiene que lucrar y que con los excedentes pueden hacer mejoras. De este modo pueden ser económicamente sostenibles siempre y cuando lo incorporen a su estrategia de la gestión".

La mayoría de especialistas coinciden en que las empresas mineras son las que han tenido un gran avance y han tomado mayor conciencia sobre una buena gestión de RSE.

No obstante esta evolución no ha sido gratuita ya que años atrás la explosión de conflictos sociales obligó a la gran minería a paralizar proyectos. Es el caso de la Yanacocha en Cajamarca, donde los pobladores se opusieron a la explotación del yacimiento



Clinica deportiva, Coca-Cola

La empresa ejecuta proyectos para el desarrollo de capacidades, como la Clínica Deportiva Coca-Cola, que brinda orientación y preparación gratuita para la práctica deportiva en los meses de verano. "Nuestro crecimiento empresarial es posible si las comunidades donde tenemos presencia son sustentables", dice Hernán Lanzara, gerente de asuntos públicos de Coca-Cola Transandina.

de oro en el Cerro Quilish, lo cual hizo que la minera desistiera en su intento por explotar esta zona.

"Hay que reconocer que las comunidades se han permitido recordar a las empresas que están ahí", dice Hugo Sánchez, del PAD Escuela de Dirección de la Universidad de Piura. "Es innegable que durante muchos años hubo abuso de las empresas extractivas pero ahora ya tienen una preocupación por la comunidad en mayor o menor

grado porque son sus vecinos y porque de ellos depende que los dejen trabajar".

"Consideramos que una buena política de RSE debe ser transversal a toda la empresa", dice Gonzalo Quijandría, gerente de asuntos corporativos de la empresa minera Antamina. "Por ello, cada área de la empresa aplica diversas normas y conductas de RSE relacionadas a sus respectivas funciones. Esto es asumido como un sistema de gestión dentro de todas las áreas de la empresa y se aplica también al entorno en el que opera la empresa".

CAMPOS DE ACCIÓN

¿Cuáles son los ejes de acción en los que las empresas están focalizando todos sus esfuerzos? Según Paul Remy, de la UPC, la RSE es ejercida para varios grupos de interés, empezando por los colaboradores (clima laboral, balance empleo-familia, capacitación, promoción interna), clientes (información adecuada, atención al reclamo), proveedores (trato y precio justo, creación de capacidades), y medio ambiente (reciclaje, recuperación de ecosistemas). "Los resultados son múltiples: desde



Educación y cultura, Asociación Atocongo

La fundación de la empresa Cementos Lima, trabaja en dos ejes principales que son educación y cultura, y desarrollo económico. Se ha enfocado en cinco distritos de Lima Sur que conforman su área de influencia y son Villa María del Triunfo, San Juan de Miraflores, Villa El Salvador, Pachacamac y Lurín. "Las empresas no pueden prescindir del tema económico social porque quedan fuera, y sin sustentabilidad social", dice Armando Casis, gerente general de la asociación.

positiva "conexión" con los grupos de interés internos y externos, confianza y mejor relacionamiento, clima laboral por la sensación de satisfacción (y hasta orgullo) de los colaboradores al ayudar a los demás, sobre todo si hay programas de voluntariado, hasta atributos intangibles al producto o servicio que viene con un halo explícito de sostenibilidad", dice Remy.

Según una encuesta realizada en alianza con Perú 2021, Centrum y Desco a 20 empresas para ver cómo gestionan su RSE, hay dos temas claves en que las empresas van a concentrar su esfuerzos.

"Uno de ellos es el desarrollo de proveedores y el otro es la transparencia en la comunicación de RSE", dice Cecilia Rizo Patrón, de Perú 2021. "Es una señal saludable de que muchas empresas hayan sacado por primera vez reportes de sostenibilidad, como es el caso de grandes empresas como Alicorp y TASA. De esta forma, se someten al escrutinio público para ver qué expectativas han satisfecho y cuáles no. Las empresas están perdiendo el miedo a ser juzgadas".

La comunicación también implica la difusión. Y es que con el fin de exponer sus logros para promover la participación de los diferentes grupos de interés, las empresas deben comunicar sus avances de RSE de forma apropiada, sin caer en extremos. Es decir, que no escatimen esfuerzos ni exageren sus acciones o programas de RSE.

De este modo, las organizaciones deben exponer sus acciones con un lenguaje comprensible, sin exagerar

los tecnicismos.


Los reportes tienen que ser medibles y la información debe estar adecuada al grupo objetivo al que quiere dirigirse la empresa que pueden ser los accionistas, la comunidad en que opera hasta el municipio distrital. Es fundamental que grafique los avances de las acciones de RSE, sobre todo los obstáculos superados.

No obstante, para muchos especialistas existen otros campos de acción donde las empresas deben poner más énfasis.

"Muchas empresas olvidan que uno de sus grupos de interés son sus propios colaboradores", dice Kety Jáuregui, de ESAN. "La relación con los colaboradores es fundamental y también implica un acto de RSE. Hay muchas empresas que realizan actividades filantrópicas, lo cual es muy bueno, pero también tienen una responsabilidad legal y moral con sus trabajadores, de pagarles a tiempo y darles vacaciones".


Según Matilde Schwalb, de la Universidad del Pacífico, las empresas clientes exigen certificados de buen trato al personal como condición para comprar productos, sobre todo en el sector agroindustrial y textil. "Hay casos en que algunos fondos de inversión solo invierten en empresas éticas y con buenas prácticas hacia sus trabajadores. Lo mismo sucede en las bolsas de valores, donde las acciones de las empresas con gestiones responsables son más apreciadas", dice. "Esto se debe a que son empresas con menos riesgos e incluso con menos costos operativos. Al final, la RSE es una cuestión de manejo de riesgos en todos los grupos de interés".

Muestra de esto es el caso del Grupo Telefónica que en 2009 debido a sus buenas prácticas económicas, sociales y ecológicas encabezó el índice de sostenibilidad Dow Jones, lo que la convierte, según Mario Coronado, director de Fundación Telefónica en



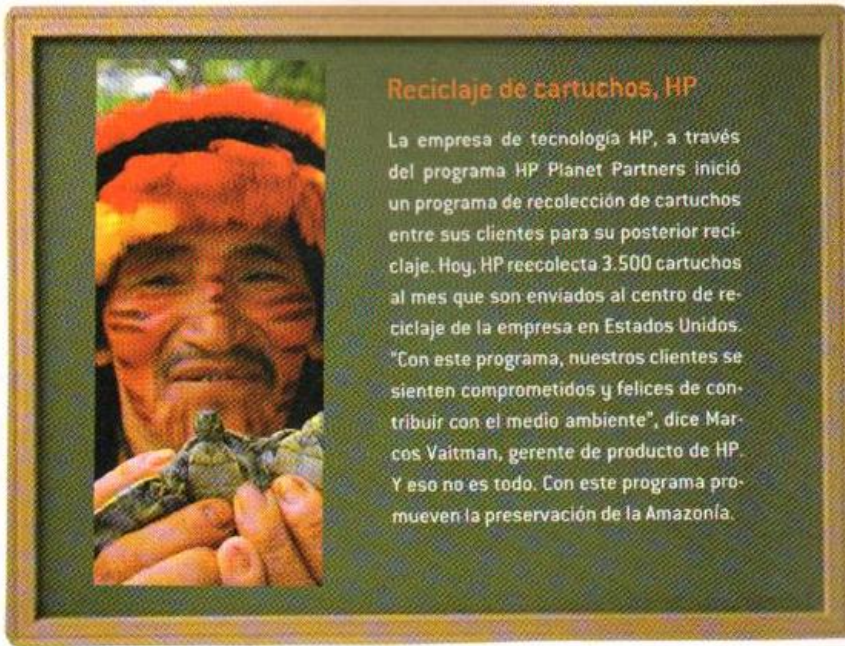
**Iluminando el mañana,
Scotiabank**

A través de su programa Scotiabank Iluminando el mañana, el banco promueve oportunidades de desarrollo dirigidas a niños y niñas de las comunidades donde está presente. Esto incluye actividades de voluntariado, donaciones del banco a socios estratégicos y campañas a nivel de todo el grupo. "La RSE nos da la oportunidad de gestionar mejor el valor del negocio desde el momento que acerca a la empresa a sus grupos de interés", dice Fiorella Ceruti, jefa de RSE de la empresa.



**Programa de becas,
Fundación Belcorp**

Fundación Belcorp maneja un programa de becas escolares que busca elevar la calidad de la educación para niñas de escasos recursos, pero con un excelente rendimiento académico y un gran potencial de liderazgo. "Elas pueden mejorar las condiciones de vida de sus familias y de su entorno", dice Jessica Vásquez, coordinador de la fundación.



Reciclaje de cartuchos, HP

La empresa de tecnología HP, a través del programa HP Planet Partners inició un programa de recolección de cartuchos entre sus clientes para su posterior reciclaje. Hoy, HP recolecta 3.500 cartuchos al mes que son enviados al centro de reciclaje de la empresa en Estados Unidos. "Con este programa, nuestros clientes se sienten comprometidos y felices de contribuir con el medio ambiente", dice Marcos Vaitman, gerente de producto de HP. Y eso no es todo. Con este programa promueven la preservación de la Amazonía.

Perú, en la compañía líder del sector de las telecomunicaciones a nivel mundial en este rubro.

Para Armando Casis, gerente general de la Asociación Atocongo (perteneciente a la empresa Cementos Lima) la gestión de RSE es un tema de reputación y reducción de riesgos, especialmente para las empresas extractivas.

"Las empresas no pueden prescindir del tema econó-

CONSUMIDORES MANDAN

De otro lado, los especialistas coinciden en que un sector está tomando mayor relevancia en cuanto a los planes de RSE de las empresas. Se trata de los propios consumidores.

"Es un segmento formado por terceros que no tienen una relación directa con las organizaciones porque no son ni accionistas ni proveedores", dice Hugo Sánchez, del PAD

publicidad engañosa o que les están vendiendo algún producto que no satisface sus expectativas, esto puede producir muchos problemas para las compañías."

Así, en el Monitor 2009 de Responsabilidad Social Corporativa de Datum Internacional, cuya muestra representativa es de 1.077 adultos a nivel nacional, evidencia que las expectativas de los consumidores son elevadas.

Las empresas están empezando a preferir proveedores que ya tengan una gestión de RSE, que se preocupen por el medio ambiente y los derechos humanos.

mico social porque queda fuera del camino hacia un desarrollo sostenible", dice el ejecutivo. "Esto tiene un beneficio empresarial que redundará en un beneficio económico. En nuestro caso, queremos seguir, profundizarlo y alinearlos corporativamente a la gestión de la compañía".

Escuela de Dirección de la Universidad de Piura. "La relación se está volviendo cada vez más compleja. Ahora muchas empresas, sobre todo las de consumo masivo procuran sacar productos más sanos, con mayor información sobre su contenido porque los consumidores tienen el derecho de reclamar cuando sienten que son víctimas de

Por ejemplo, el 76% de los entrevistados calificó que las empresas deben asumir responsabilidad en asegurar que sus productos sean sanos y seguros.

Asimismo, el 74% considera que deberían asumir el compromiso que sus productos y operaciones no dañen el medio ambiente. Así, los clientes han incorporado

como criterio de decisión de compra los impactos sociales y ambientales de los productos que se ofrecen en el mercado.

Del mismo modo, el mismo estudio revela que el 69% de la muestra refiere que las empresas deben asegurarse de que la cadena de suministro sea responsable, y el 64% considera que las empresas deben brindar trato imparcial a todos los empleados de todos los niveles de la empresa.

Con respecto al compromiso de proporcionar productos de buena calidad a menor costo, la cifra se redujo en 11% respecto a la encuesta realizada en el año 2007, que obtuvo 71%.

Algunas empresas, como Ajinomoto, no piensan quedarse atrás a la hora de cumplir con las necesidades de los consumidores. "Nuestro principal compromiso es ofrecer productos y servicios de calidad, saludables, seguros y a precios razonables", dice Dora Sato, gerente de relaciones públicas de la empresa. "Como parte de este compromiso, Ajinomoto del Perú S.A. obtuvo en el año 2005, la Certificación ISO 9001, en su preocupación por trabajar por la mejora continua de su sistema de gestión de la calidad".

Como se puede observar, la RSE poco a poco se está profesionalizando. Ya se pueden ver gerencias de RSE, algunas están muy avanzadas y otras quieren profesionalizarse.

Otro indicador es que cada vez son más las casas de estudios que ofrecen cursos o diplomados en gestión responsable. Por ahora, el gran

JESÚS GONZÁLEZ SOCIO DE ASESORÍA DE KPMG EN MÉXICO

El consultor mexicano nos da una visión sobre la RSE en América Latina. Son muchos los retos, pero las exigencias del mercado lo demandan.

¿Qué tan importante es que las empresas de la región sean socialmente responsables?

Esto recae en su reputación que es un activo fundamental. Cuando se vende una empresa lo que vale no son sus fierros o equipos, sino su reputación. Si se tiene una buena gestión, la empresa se puede vender en 20 o 25 veces su valor. Vivimos en un mundo globalizado y si queremos ser parte de él tenemos que llegar a ciertos estándares para que los negocios sean viables y entrar a nuevos mercados.

¿Cómo han reaccionado las empresas ante estos cambios?

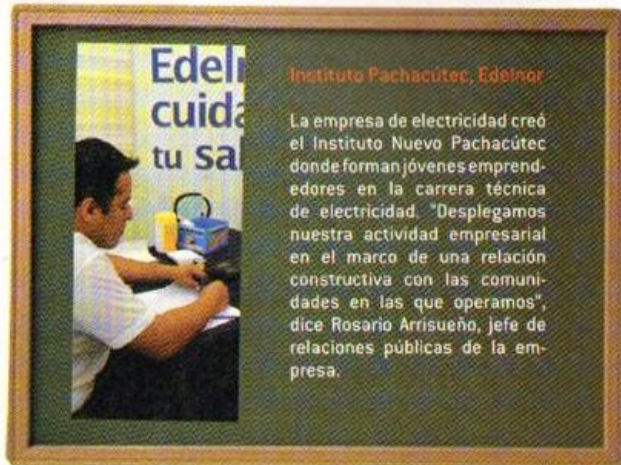
Pues no tan bien. Muy pronto los grandes mercados como Estados Unidos impondrán restricciones más fuertes, y los empresarios aún no saben cómo responder. Por ejemplo, en el caso de México, el 75% las empresas no están preparadas para el tipo de requerimiento por conceptos ambientales y muchas industrias están siendo afectadas porque no tienen o no saben cómo adaptarse a estas exigencias. Además, se vienen más legislaciones

como la del consumo de agua que afectará a la industria de bebidas.

¿Qué países han avanzado más?

Según el estudio de KPMG sobre informes de Responsabilidad Corporativa en el año 2002, sólo 6 empresas de Brasil habían publicado reportes de sostenibilidad, hoy lo hacen 70. En el caso de Perú, en dicho año no había ningún reporte, hoy ya hay 14. Asimismo, Chile ahora tiene 35 reportes; Colombia, 17 y México, 18. No obstante, en España, se publican 500 reportes, y esto refleja que nos falta mucho por recorrer, lo bueno es que existe voluntad en las empresas de la región para lograrlo.





Instituto Pachacútec, Edelman

La empresa de electricidad creó el Instituto Nuevo Pachacútec donde forman jóvenes emprendedores en la carrera técnica de electricidad. "Desplegamos nuestra actividad empresarial en el marco de una relación constructiva con las comunidades en las que operamos", dice Rosario Arrisueño, jefe de relaciones públicas de la empresa.

desafío será la difusión en la pequeña y mediana empresa. "El empresario grande tiene que exigir a los proveedores, porque si no los motivan, no lo van a hacer", dice Hugo Sánchez, del PAD Escuela de Dirección de la Universidad de Piura.

LOS RETOS

Para muchos expertos, existen sectores que aún no han mostrado convicción para gestionar sus planes responsablemente. Es el caso de las empresas de gas natural y papel, según Kety Jáuregui, de ESAN. "No tienen o expresan interés por trabajar seriamente. No publican sus planes ni siquiera en sus páginas web, no hacen una memoria de desarrollo sostenible y tampoco les interesa divulgarlo", dice.

Y así como algunas empresas no quieren ningún tipo de difusión sobre lo que hacen sus departamentos de RSE, la mayoría tampoco quiere divulgar cuánto están gastando. Incluso, si bien la mayoría de empresas entrevistadas para este especial afirmaron tener un presupuesto para programas de RSE, no especificaron

cuánto es lo que destinan. "No se sabe a ciencia cierta cuánto están gastando la empresas en RSE", dice Jáuregui. "No se han hecho estudios sobre la inversión, pero no debe pasar del 3% del presupuesto anual de las compañías".

De otro lado, existen otros retos a nivel gubernamental para que las empresas actúen para lograr un desarrollo sostenible.

Se trata de beneficios que crean mecanismos de inversión en proyectos de

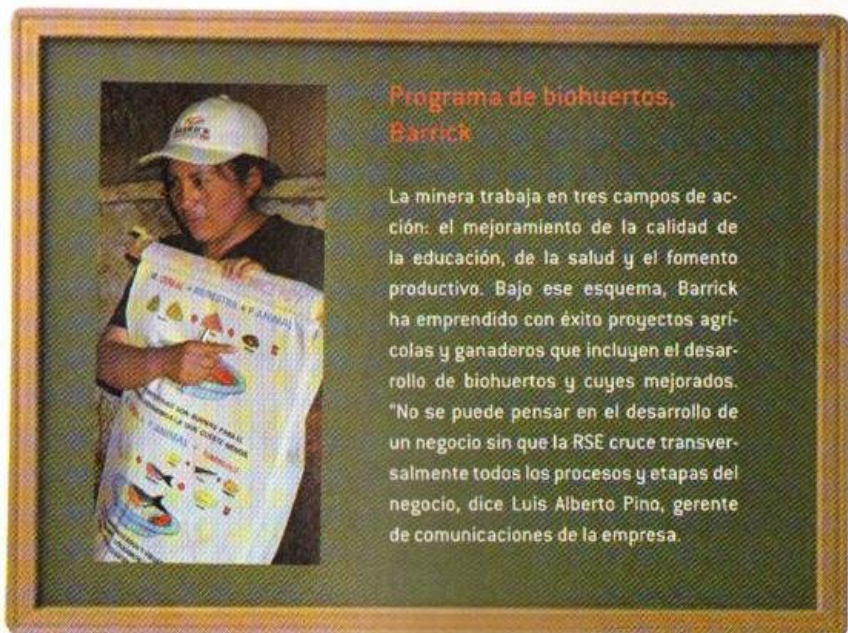
RSE. "Todas las empresas tienen presiones internas. Los empleados responden a las presiones de sus jefes, estos a las de un directorio que también tiene accionistas quienes exigen resultados rentables, pero esto no se puede hacer a cualquier costo", dice Matilde Schwalb, de la Universidad del Pacífico. "Esto, sumado a presiones del estado en temas de impuesto, hace que las empresas logren sus expectativas a cualquier costo. En cambio, si hubieran beneficios del estado, como cambio de deuda por obras, la historia sería diferente".

Asimismo, Schwalb dice que la falta de incentivos o el buen funcionamiento de estos no motivan a las empresas a tomar un cambio en el rumbo de su gestión. "Por ejemplo, existe un gran problema de transporte por los buses camión. El Estado tiene la obligación de prohibir estos medios de transporte porque atentan contra la vida humana. Para que las empresas se

deshagan de esto no basta establecer normas prohibitivas, sino que también se le deben dar incentivos o facilidades para que lo hagan en el menor tiempo posible", dice.

Y al igual que los incentivos del Estado, existe otro mecanismo que aún no ha sido explotado por las empresas peruanas. Es el caso de los bonos de carbono. "Hace falta difusión, hay una gran curiosidad por saber más como funciona", dice Cecilia Rizo Patrón, de Perú 2021. "Es muy conveniente para mejorar el medio ambiente y también para obtener una forma de financiamiento".

Es así que el tema del cambio climático, el tratamiento de emisiones, bonos de carbono, o mecanismos de cómo mejorar o hacer más ecoeficientes los procesos van a ir tomando mayor relevancia en las empresas. Y a pesar de que no se conoce mucho a ciencia cierta sobre el mecanismo de los bonos de carbono, existen empresas



Programa de biohuertos, Barrick

La minera trabaja en tres campos de acción: el mejoramiento de la calidad de la educación, de la salud y el fomento productivo. Bajo ese esquema, Barrick ha emprendido con éxito proyectos agrícolas y ganaderos que incluyen el desarrollo de biohuertos y cuyes mejorados. "No se puede pensar en el desarrollo de un negocio sin que la RSE cruce transversalmente todos los procesos y etapas del negocio", dice Luis Alberto Pino, gerente de comunicaciones de la empresa.

que se están adecuando.

“El problema de los bonos de carbono es que, para adquirir sólo uno, las empresas tienen que emitir una tonelada de CO2 y la mayoría de pequeñas y medianas empresas no contaminan tanto. Además, ningún broker internacional va a vender menos de eso, por lo que limita el acceso”, dice Cecilia Rizo Patrón, de Perú 2021.

No obstante, ya se están gestando alternativas para cambiar esta situación “Hay iniciativas en el Perú de organizaciones para convertirse en minoristas de bonos de carbono. Por ejemplo, van a comprar diez bonos de carbono al broker y en el país van a venderlos al minoreo. Se va a poder comprar medio, o un cuarto de bono. Esto va a masificar este tema. El impacto de decir ‘soy una empresa con un sello de carbono neutral’ es muy fuerte en el consumidor u organismo gubernamentales, a pesar de que nuestra huella de carbono como país sea mínima. Esto puede disminuir los conflictos entre comunidad y empresa y al mismo tiempo generar mucha confianza entre los accionistas”, comenta la especialista Cecilia Rizo Patrón, de Perú 2021.

Por lo pronto, la directora del Fondo Nacional del Ambiente (Fonam), Julia Listo,

anunció que ya se cuenta con un portafolio de 71 proyectos que representan inversiones de cerca de US\$ 3.000 millones que permitirán la reducción de 20 millones de toneladas de CO2.

Asimismo, la funcionaria comentó que el Perú ocupa el octavo lugar a nivel mundial en su oferta de proyectos de mecanismo de desarrollo limpio. Así, el panorama en este tema se ve prometedor para muchas empresas peruanas.

NUEVAS REGLAS

En septiembre de 2010, una

que sólo certificaban aspectos de calidad, medio ambiente, derechos laborales, entre otros, esta ISO será un manual que abarcará todos los grupos de interés en las empresas. Además, esta nueva norma no será certificable, pues se trata de una guía de procesos que orientará a las empresas a mejorar sus prácticas internas y externas.

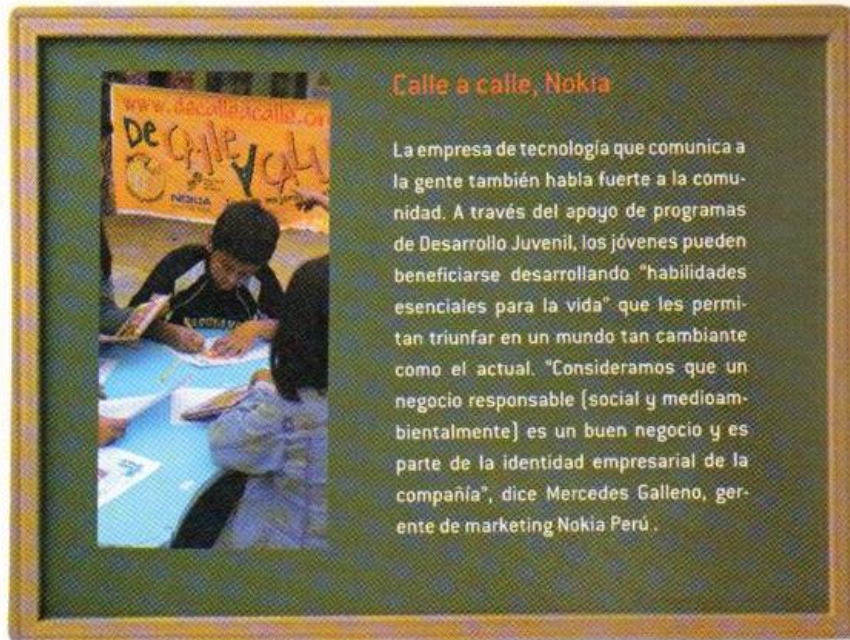
“Esta ISO va a ser una guía de la RSE a nivel mundial. Aunque no es certificable, las empresas van a buscarla”, dice Cecilia Rizo patrón, de Perú 2021. “Me atrevería a decir que todas las demás

de la UPC y que también preside el Comité Técnico Nacional de la Norma ISO 26000, dice que esta refleja el consenso internacional de lo que es la Responsabilidad Social Empresarial pensado para ser aplicado no sólo a empresas de cualquier giro o talla sino a toda clase de organizaciones como entes estatales, ONGs, universidades y trabajadores.

“Constituye una guía, una orientación, de modo que su implantación no debiera ser compleja y menos costosa. No será certificable, pensando en que sea una norma que oriente

a millones de organizaciones más que en un sistema certificado por unas miles de empresas”, dice el experto.

No obstante, más allá de certificaciones, existe otro objetivo que las empresas deben perseguir. “Las empresas tienen sobre sus hombros el desarrollo del Perú. Este país es viable si es que las empresas logran ese cambio de imagen en el sentido de con-



Calle a calle, Nokia

La empresa de tecnología que comunica a la gente también habla fuerte a la comunidad. A través del apoyo de programas de Desarrollo Juvenil, los jóvenes pueden beneficiarse desarrollando “habilidades esenciales para la vida” que les permitan triunfar en un mundo tan cambiante como el actual. “Consideramos que un negocio responsable [social y medioambientalmente] es un buen negocio y es parte de la identidad empresarial de la compañía”, dice Mercedes Galleno, gerente de marketing Nokia Perú.

normativa marcará un hito en la gestión de RSE en todo el mundo. Se trata de la ISO 26000 que tras varios borradores, verá la luz al publicarse como norma internacional nada menos que en Copenhague, durante la reunión del Grupo de Trabajo de ISO de Responsabilidad Social.

¿Y de qué se trata? Pues a diferencia de sus antecesoras

normas certificables en RSE van a perder su valor porque la ISO 26000 va a ser la norma estándar internacional”.

Además, según Rizo Patrón, aunque la ISO 26000 no puede ser certificada, las empresas consultoras pueden establecer un estándar y constatar el uso de esta guía con algún sello.

En tanto, Pascal Remy,

vertirse en promotores del desarrollo”, dice Hugo Sánchez, del PAD Escuela de Dirección de la Universidad de Piura. “Los Andes van a tener bienestar gracias a las empresas mineras si las dejan trabajar, porque el Estado es lento y se va a demorar en llegar”. Veremos si es que las empresas toman esta dirección. ■